

وزارة السياحة



صبحي عسيلة

وزارة السياحة

* التطور المؤسسى للوزارات المصرية *

سلسلة خاصة يصدرها
مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام



وزارة السياحة

صبحي عسيلة

- يتقدم المركز بالشكر لكل من مؤسستى الأهرام، وفريدريش ايبرت الألمانية للتعاون والدعم الذى قدماه لإصدار هذه السلسلة.
- يتقدم المركز بالشكر للسيد الدكتور / ممدوح البلتاجى وزير السياحة والسادة معاونيه بديوان الوزارة لما قدموه من مساعدة لتسهيل إنجاز هذا العمل.

المحتويات



الفصل الأول :

السياحة المصرية :
المفـــهوم والأنمـــاط

١- مفهوم السياحة

السياحة في اللغة هي السفر، أي الانتقال من مكان لآخر، فإذا كان ذلك من مدينة إلى أخرى داخل نفس البلد سميت سياحة داخلية، وإذا كان ذلك من دولة إلى أخرى سميت سياحة دولية.

والسياحة ظاهرة إنسانية قديمة قدم المجتمعات البشرية، وهي تختلف عن السفر، مثلما يختلف وقت الفراغ عن العمل. ففي حين يسافر البشر لأغراض شتى بدءا من العمل إلى الحملات الحربية إلى ممارسة الشعائر الدينية، فإن السياحة هي السفر الذي يتم من أجل البهجة والاستمتاع، حيث تلبي السياحة عديدا من الحاجات الإنسانية مثل الراحة والاسترخاء وممارسة الرياضة والتزود بالثقافة والاستمتاع بالمناخ والطبيعة بكل مكوناتها والتسوق في أماكن العالم المختلفة .

والسياحة كعلم هي علم جديد اشترك في تكوينه عدد من العلوم الأخرى، ولذلك اختلفت نظرة رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها. فالاقتصاديون ينظرون إليها من جهة الطلب على خدمات السفر والمواصلات والإقامة وكل ما يتصل بالرحلة المعنية من خدمات وسلع، وينظرون إليها من جانب العرض على أنها صناعة منتجة للخدمات المذكورة. وعلماء الاجتماع ينظرون إلى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى. ويرى البعض أن السياحة تعني

الحركة الاجتماعية التي تتم إراديا واختياريا والتي تهدف إلى الترفيه والاستمتاع والاستجمام الذهني والروحي والنفسي والعقلي والبدني، كما ينظرون إلى السياحة على أنها وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية القوية وتقليل المسافات الاجتماعية بين الشعوب. ويؤكد المهتمون بالنواحي القانونية في تعريفهم للسياحة على ناحية الإجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال وكيفية الدخول وفترة الإقامة المسموح بها، حتى يمكن تمييز السائح عن العابر من جهة، وعن المهاجر من جهة أخرى.

وفي عام ١٩٨١ عرَّف المؤتمر الدولي "للراحة ـ الاستجمام ـ السياحة" السياحة على أنها أنشطة معينة يختارها من يقوم بها خارج نطاق إقامته وربما تشمل أو لا تشمل الإقامة الليلية بعيدا عن المنزل (الوطن).

وفي مؤلفه "التنمية السياحية" يعرف الدكتور صلاح عبد الوهاب السياحة على أنها مظهر التغير في حياة السائح لأنه يترك مؤقتا محل إقامته المعتادة ليس بهدف العمل أو الهجرة، إنما هروبا من البيئة العملية أو الهجرة من البيئة العملية أو الطبيعية أو الاجتماعية التي يعيش فيها على سبيل الاعتياد من أجل تجديد الصحة النفسية والمعنوية وإعادة بناء توازنه العقلي والعاطفي.

كما عَّرف مؤتمر "أوتاوا" بكندا السياحة في يونيو ١٩٩١ السياحة على أنها الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة أقل فترة معينة من الزمن وأن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه.

وهناك من يعتبر السياحة معينا للمزيج والاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على صياغة الشخصية القومية وتقليل المسافات الاجتماعية

بين الشعوب كما أن السياحة تمثل رافدا من روافد الطلب على طاقات وقدرات العمل في فنون الإدارة والتنظيم والتنقيب والصيانة واللغات والتشييد والعمارة والبناء والتنقل والتجميل والفنون الشعبية والصناعات اليدوية والزخرفية والعلاقات العامة والاتصال والخدمات الاجتماعية، بل إن السياحة تعتبر الآن مؤشرا للنهضة والتقدم.

ويعرف حسين كفافي السياحة بأنها النشاط الإنساني الذي يتعلق بالحركة والتنقل، يقوم به فرد من الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو ترفيهية أو قضاء الاجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو للعلاج والاستشفاء وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة، ولا تدخل في السياحة وجود قوات احتلال عسكري أو هجرة من بلد إلى بلد أو حتى للعمل المؤقت أو أعضاء السلك الدبلوماسي.

إن السياحة ـ بناء على ما تقدم ـ هي النشاط الذي يقوم به الأشخاص الذين يميلون إلى السفر وربما الإقامة في غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة دون الإقامة الدائمة، بهدف أساسي هو التمتع بوقت فراغهم على وجه لا يمكن تحقيقه في بيئتهم المعتادة، مع استعدادهم لتحمل مخاطر محدودة لنشاطهم في إطار إمكاناتهم المادية والمعنوية.

إن السياحة ظاهرة ذات أبعاد ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياسية تنطوي على الحاجة المتزايدة لتغيير المكان بشكل مؤقت بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة بغرض المتعة أو طلب الثقافة أو التزاور، وهي تحقق نمو الاتصالات بين الشعوب والحضارات، كثمرة من ثمار اتساع التجارة والصناعة ووسائل النقل.

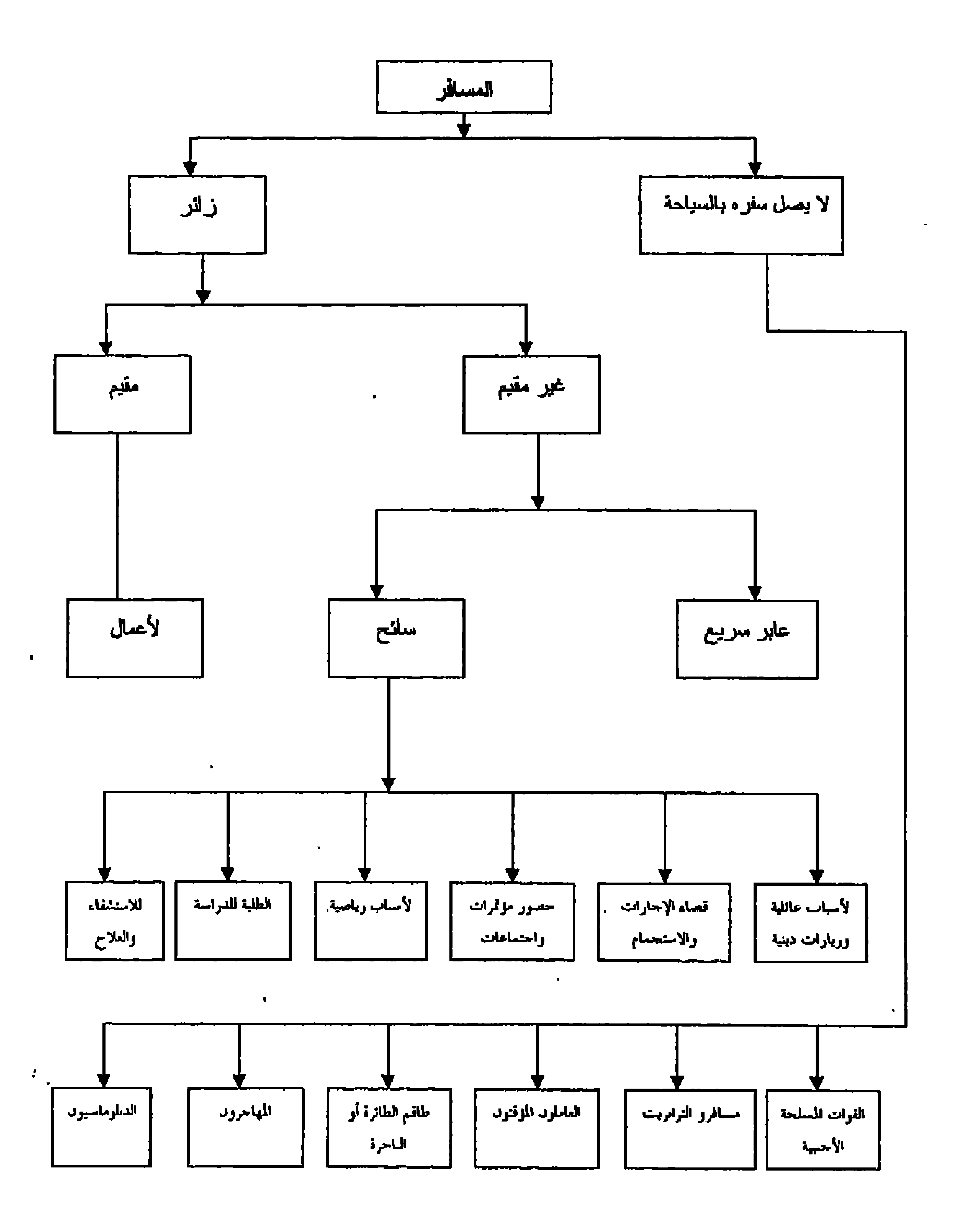
٢ـ تعريف السائح

أما عن تعريف السائح ذاته، ففي عام ١٩٣٧ أوصت عصبة الأمم League of Nations بتعريف السائح بأنه الفرد الذي يسافر لمدة ٢٤ ساعة أو أكثر إلى بلد غير الذي يقيم فيها عادة. نظرا لأنه قد يفهم من هذا التعريف أنه يشمل المسافرين للمتعة أو العلاج والأشخاص المسافرين لعقد اجتماعات أو القيام بأعمال خاصة، وكذلك الأشخاص الذين يزورون بلدا على سفينة عابرة، حتى وإن كان لأقل من ٢٤ ساعة. إضافة إلى كون هذا التعريف يتجاهل السياحة الداخلية، فقد وافق مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما في عام ١٩٦٣ على تعريف الزائر بأنه أي شخص يزور بلدا غير التي يقيم فيها عادة لأي سبب غير السعي لأي وظيفة مدفوعة الأجر. ثم يفرق التعريف بين صنفين من الزائرين:

أ ـ **السائحون**: وهم زوار مؤقتون يبقون لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة بغرض الراحة (سواء كانت هذه تعني استجمام أو علاج أو رياضة أو اجازة أو دراسة أو أسباب دينية) أو الأعمال أو الشئون العائلية أو المهمات أو الاجتماعات. (الاستطلاع حول سؤال سبب الزيارة).

ب ـ **العابرون**: وهم زوار مؤقتون لمدة تقل عن ٢٤ ساعة ويشملون المسافرين في السفن العابرة، ولكن لا يشملون المسافرين العابرين في المطارات.

شكل رقم (١)
الفرق بين السائح وغير السائح



٣- المقومات السياحية في مصر

لقد عرفت مصر طوال تاريخها بأنها مقصد للسائحين والجوالة منذ أن زارها "هيرودوت" في التاريخ القديم مسجلا دهشته من اختلافها الشاسع عن بلاده اليونان وظلت مصر كذلك طوال تاريخها الوسيط والحديث، ثم أضاف اكتشاف آثار الفراعنة منذ بدايات القرن الثامن عشر سحرا خاصا إلى مصر بجانب ما بها من آثار دينية وحضارية فريدة تتحدى الزمان في شموخها وعظمتها، هذا بجانب ما تتمتع به من موقع جغرافي وسط العالم ومناخها المعتدل صيفا وشتاء، وسواحلها الممتدة السهلة، وما بشواطئها من كنوز الشعب المرجانية الفريدة، كل ذلك يعد من مزاياها النسبية التي توفر للتنافس المطلوب والتفوق المأمول عناصره وضماناته.

ويأتي في مقدمة المزايا النسبية التي تتمتع بها مصر كمقصد سياحي، تنوع مجالات السياحة ما بين سياحة المؤتمرات والمعارض، سياحة الشواطئ والسياحة الترفيهية، والسياحة العلاجية، والسياحة الدينية بأقسامها المختلفة (إسلامية - مسيحية - يهودية)، سياحة السفاري، السياحة الرياضية من مهرجانات ومسابقات، وأهمها السياحة الثقافية والأثرية باعتبارها من أقدم أنواع السياحة في مصر، فمهما تعددت أنواع السياحة وامتلاك مصر لمقومات العديد منها، تظل السياحة الثقافية هي المقوم السياحى غير المتكرر أو المتشابه أو القابل للمنافسة نظرا لما تمتلكه مصر حيث يوجد بها ثلث الآثار المعروفة في العالم أجمع بجانب وجود العديد من المتاحف الهامة منها متاحف الآثار المصرية بالقاهرة وهو أغنى متاحف العالم في الآثار الفرعونية .

إن المقومات السياحية المتوافرة لدى مصر ربما لا تكون متوافرة في دول سياحية أخرى، فمصر تمتلك ثلثي آثار العالم، كما أن صناعة

السياحة من الصناعات المصدرة التي تعتمد بالدرجة الأولى على الموارد المحلية والبشرية ، وبالتالي تعمل على تنشيط ما يقرب من ٥٢ صناعة من الصناعات المحلية التي تصدر للوافد الأجنبي على شكل سلع وخدمات. فالسياحة كصناعة مصدرة تعتبر موردا هاما للنقد الأجنبي، إلى جانب أنها أصبحت مصدرا لجذب الاستثمارات الداخلية والخارجية التي تزيد من فرص العمالة، فقطاع السياحة يقدم فرص عمل تفوق الصناعات الاقتصادية الأخرى مما يؤكد أهمية هذا القطاع في دعم الاستقرار الاجتماعي ورفع مستوى المعيشة لكثير من الفئات العاملة على مختلف الأعمار والكفاءات. إلا أن صناعة السياحة حساسة للأحداث وسريعة التأثر بها. فلقد تأثرت في مصر بحرب ١٩٦٧ وأحداث الأمن المركزي ١٩٨٦ وحرب الخليج ١٩٩٠ وحادثة حرق الأتوبيس السياحي أمام المتحف المصري في ١٨ سبتمبر ١٩٩٧ومذبحة الأقصر في ١٧ نوفمبر ١٩٩٧ .

وقد شهدت مصر نهضة سياحية حقيقية منذ الثمانينيات حيث تطورت مؤشرات نمو صناعة السياحة من قرابة مليون سائح عام ١٩٨٢ إلى ٢,٥ مليون عام ١٩٩٣ ثم قفزت إلى ما يزيد على ٥,٥ مليون سائح عام ٢٠٠٠ ، وازدادت الطاقة الفندقية من ١٨,٩ ألف غرفة عام ١٩٨٢ إلى قرابة ٥٨ ألفاً عام ١٩٩٣ ثم وصلت إلى ١١٧ ألفاً في نهاية يونيو ٢٠٠١ ، كما أسهمت السياحة خلال السنوات القليلة الماضية في تحقيق تنمية مكانية أكثر توازنا بإضافة قرابة ١٢ ألف متر مربع انتزعتها من الصحراء الجرداء إلى المعمور المصري. بالإضافة إلى ذلك أصبحت صناعة السياحة المصرية قاطرة التنمية الاقتصادية باعتبارها من أهم الصادرات المصرية على الإطلاق، خدمية كانت أم سلعية، كما تعتبر المصدر الأول للاقتصاد القومي من العملات الأجنبية بواقع ٤,٥ مليار دولار عام ٢٠٠٠ ، كما زودت الخزانة العامة للدولة بقرابة ٢,٨ مليار جنيه سنويا لحصيلة الضرائب والرسوم التي تفرض على الدورات المتابعة لإنفاق

السائحين، هذا بجانب أنها صناعة كثيفة للعمالــة مما تساهم في حل مشكلة البطالة خاصة بين الشباب وخريجي الجامعات حيث تخلق الغرفة الفندقية الواحدة ما بين ٢,٧ ـ ٣ فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، وهذه ليست أرقام جامدة ولكنها دلالات نماء مؤكدة.

شكل رقم (٢)

تطور نشاط السياحة خلال الفترة من ١٩٨١-٢٠٠١

السنة	عدد السائحين		الليالي السياحية		الطاقة الفندقية	
	بالمليون	معدل النمو السنوى ٪	بالمليون	معدل النمو السنوى ٪	بالمليون	معدل النمو السنوى ٪
٨٢/٨١	١,٤	-	٩,٦	-	١٨٠٠٠	-
٨٣/٨٢	١,٤	-	٩,١	.-	٢١٤١٣	-
٨٤/٨٣	١,٥	٧,١	٨,٧	٤,٤	٢٥٠٠٠	١٦,٨
٨٥/٨٤	١,٦	٦,٧	٩,٠	٣,٤	٢٧,٢٣	٨,١
٨٦/٨٥	١,٤	١٢,٥	٨,٢	٨,٩	٢٨٧٧٠٠	٦,٥
٨٧/٨٦	١,٤	٧,١	١١,٨	٢٢,٩	٢٧٥٧٨	٣٥,٢
٨٨/٨٧	١,٩	٢٦,٧	١٥,٨	٣٣,٩	٣٣٦٦٣	٩,٦
٨٩/٨٨	٢,١	١٠,٥	١٨,٤	١٦,٥	٣٦٠٠٢	٦,٩
٩٠/٨٩	٢,٩	٣٨,١	٢٢,١	٢٠,١	٤٠٣١٩	١٢,٠
٩١/٩٠	٢,٠	٣١,٠	١٦,٥	٢٥,٣	٤٥٣٨٥	١٢,٦
٩٢/٩١	٣,٠	١٠٠,٠	٢٠,٢	٦٤,٤	٤٦٩٣٠	٧٠,٢
٩٣/٩٢	٢,٩	٣,٣	١٩,٠	٢,١	٥١٢٣٦	٩,٢
٩٤/٩٣	٢,٤	١٧,٣	١٣,٧	٢٧,٩	٥٥٧٦٣	٨,٩
٩٥/٩٤	٢,٨	١٦,٧	١٧,٧	٣٣,٦	٥٨٧٨٠	٥,٤
٩٦/٩٥	٣,٥	٢٥,٠	٢٢,٨	٢٤,٦	٦٣٣٧٦	٧,٨
٩٧/٩٦	٤,١	١٧,١	٢٦,٠	١٤,٠	٦٨٠٠٠	٧,٣
٩٨/٩٧	٣,٤	١٧,١	٢١,٥	١٧,٣	٧٥٧٠٠	١١,٣
٩٩/٩٨	٤,٣	٢٦,٥	٢٥,٧	١٩,٥	٨٧٥٠٠	١٥,٦
٢٠٠٠/٩٩	٥,٣	١٤,٠	٣٤,٠	٢٢,٦	٩٧٠٠٠	١٠,٩
٢٠٠١/٢٠٠٠	٥,٥	٥,٥	٣٣,٠	-	١٠٥٠٠٠	-

٤ - أنماط السياحة فى مصر

تتعدد أنماط ومجالات السياحة في مصر، ويمكن تقسيمها إلى:

١- السياحة الثقافية والأثرية :

تعتبر السياحة الثقافية من أهم مجالات السياحة التقليدية التي يسعى فيها السائح للتعرف على أشياء جديدة وإثراء معلوماته وتوسيع دائرة معارفه وثقافته عن طريق زيارة بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميز هذه الشعوب عن غيرها. والهدف من السياحة الثقافية هو التعرف على الحضارات القديمة والمناطق الأثرية العامة وطرق معيشة الشعوب وتقاليدها، وتشمل كذلك الاشتراك في المهرجانات الثقافية والموسيقية والفلكلورية. ومن ثم فإن الدول التي تشتهر بهذا النوع من السياحة هي تلك الدول التي لها تراث حضاري وثقافي عريق مثل مصر واليونان وإيطاليا وفرنسا والمكسيك. وتجدر الإشارة إلى أن السياحة الثقافية لا يقبل عليها السائحون إلا مرة واحدة في العمر عادة، ولا تمثل إلا ١٠٪ من حركة السياحة العالمية.

أما عن السياحة الأثرية فإنه يقصد بها زيارة الآثار. ويعد هذا النوع من أهم وأقدم أنواع السياحة في مصر قاطبة، إذ أن مصر تحوي العديد من الآثار الفرعونية واليونانية والرومانية والقبطية والإسلامية. وبشكل عام تتركز معظم الآثار من معابد ومقابر وأهرامات في صعيد مصر، وذلك في محافظات أسوان والأقصر وقنا وسوهاج وأسيوط والمنيا وبني سويف والجيزة، والتي تمثل ثلث الآثار المعروفة في العالم أجمع، كما توجد

العديد من المتاحف الهامة، ومنها متحف الآثار المصرية في القاهرة وهو أغني متاحف العالم في الآثار الفرعونية، ومتحف الفن الإسلامي، والمتحف القبطي بالقاهرة، والمتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية، والمتحف الفرعوني بالأقصر، ومتحف آثار النوبة بأسوان، فضلا عن متحف المنيا وملوي. وإضافة إلى كل ذلك هناك بعض المناطق الأثرية في الوجه البحري مثل معابد صان الحجر في محافظة الشرقية وآثار مدينة الإسكندرية.

أما عن النواحي الأخرى للسياحة الثقافية في مصر فتتمثل فيما يلي:

- **المعارض:** حيث تقام في مصر سنويا عدة معارض بعضها ذو نشاط اقتصادي مثل سوق القاهرة الدولي والآخر ثقافي مثل معرض القاهرة السنوي للكتاب ومعرض القاهرة لكتب الأطفال.

وتعد هذه المعارض من المناسبات الثقافية الهامة لما يتخللها من ندوات ثقافية ولقاءات أدبية مع كبار الشخصيات والناشرين.

- **المهرجانات:** تمثل سياحة المهرجانات وسيلة وأداة أساسية للجذب السياحي تتفنن فيها الدول كنوع من الدعاية والإعلان إذ يتم تزويدها بكافة عناصر التشويق والجذب السياحي لمختلف جنسيات السائحين في العالم.

وفي مصر، هناك مناسبات عديدة يمكن إكسابها طابعا خاصا يتم من خلاله جذب العديد من السائحين لمشاهدتها، مثل عيد وفاء النيل والموالد الشعبية المختلفة ومهرجان الربيع "شم النسيم". ومن أنجح المهرجانات في مصر هو مهرجان الإسماعيلية السنوي الذي تنظمه محافظة الإسماعيلية كل عام وتشترك فيه فرق متنوعة للفنون الشعبية

العالمية، ويعتبر إحدى الوسائل التي لها أثر سياحي كبير في جذب العديد من السائحين للمحافظة. وهناك نوع آخر من المهرجانات قد لاقى نجاحا كبيرا رغم أنه قد تم بالجهود الفردية وهو "مهرجان الزفاف العالمي بقرية بشبيش بالمحلة الكبرى" إذ تتم فيه احتفالات الزفاف على الطرقة الشعبية سواء في استخدام الهودج المحمول على ظهور الجمال أو في الموسيقى والفنون الشعبية وزفة العروسين.

الأعياد القومية والدينية: وتتمثل في الاحتفالات بالأعياد والمناسبات القومية الهامة، عن طريق الاحتفالات الشعبية وتقديم العروض والفرق الموسيقية وفرق الغناء والرقص تتصدر الميادين العامة والشوارع الرئيسية في المدن. ويرتدى خلال المهرجانات الزي الوطني والملابس الشعبية المتنوعة، وتنظم مثل هذه الاحتفالات في المناسبات القومية حتى تكون عاملا للجذب وعنصرا من عناصر الإثارة والانبهار والمتعة لمن يحضرها. وتعتبر الاحتفالات الدينية بشهر رمضان من أهم المناسبات في مصر.

الحفلات الموسيقية والأوبرا: وتعد الحفلات الموسيقية لونا من ألوان الجذب السياحي لمصر عرفها المصريون منذ حفلات سيدة الغناء العربي أم كلثوم، حيث كان يحضر إليها عشاقها خصيصا لحضور احتفالاتها الشهرية خلال موسم الشتاء من شتى الأقطار العربية. وفيما يتعلق بأنشطة الأوبرا، فقد أصبحت من المظاهر السياحية البارزة بعد النجاح العظيم الذي حققته أوبرا عايدة في كل مرة تقام فيها سواء كانت في الأقصر أو القاهرة بجوار الأهرامات. هذا إلى جانب حفلات دار الأوبرا المصرية لإحياء الموسيقى والتراث الفني المصري الأصيل، وأيضا حفلات الباليه والفن المسرحي.

ومن أهم ما يميز السياحة الثقافية والأثرية في مصر أنها ليست سياحة المرة الواحدة كما هو معروف عن هذا النوع من السياحة في الدول الأخرى، حيث أن السائح لا يمكنه زيارة كل المناطق الأثرية في مصر والاستمتاع بها في زيارة واحدة، ومن ثم فعادة ما يأتي السائح المهتم بهذا النوع من السياحة إلى مصر أكثر من مرة.

٢ـ سياحة الشواطئ والسياحة الترفيهية:

إن المقصود بسياحة الترفيه أو الاستجمام هو أن يلجأ السائح للترويح عن نفسه بهدف الراحة والخروج من نمط الحياة الروتينية التي يعيش ويعمل فيها إلى مكان آخر يقضي فيه اجازته بقصد استعادة نشاطه والاستجمام من عناء العمل والتمتع بالراحة الذهنية والفكرية في أماكن خلوية أو مناطق خضراء أو شواطئ البحار والبحيرات أو المناطق الجبلية أو الصحراوية أو المنتجعات السياحية المختلفة ذات الجو الصحي الخالي من التلوث.

وتعد سياحة الاستجمام من أهم أنواع السياحة على الإطلاق، خاصة في هذا العصر الذي تسود فيه التوترات النفسية والعصبية الشديدة التي يصعب فيها الحياة اليومية بمشاكلها المختلفة، مع الازدحام الشديد الذي تعاني منه المدن الكبرى، والتلوث السمعي والبصري والإرهاق في العمل ... إلى غير ذلك من مؤثرات.

ومن ناحية ثانية، فإن مصر تتمتع بشاطئ بحري يتميز بسمتين أساسيتين هما الجمال الطبيعي والمساحات الشاسعة، حيث تمتد شواطئ مصر على البحر المتوسط والأحمر لنحو ٣٠٠٠ كم، وقد ساهم صيف مصر المعتدل وشتاؤها الدافئ المشمس في جذب السائحين الذين يبحثون عن الشمس والبحر والدفء، خاصة من بين الذين يعيشون في

أوروبا التي تتصف بمناخ شديد البرودة. وقد كان لرخص الأسعار السائدة في الفنادق والقرى السياحية الموجودة على طول الشواطئ مقابل تقديم الخدمات مقارنة بمستويات الأسعار في أوروبا عاملا هاما في جذب السائحين. ويضاف إلى كل ذلك رغبة العديد من السائحين في التمتع برياضة الغوص وغيرها من الرياضات البحرية التي بدأت مراكزها المتخصصة على الشواطئ المصرية، حيث يوجد حوالي ١٥٠ ناديا للغوص بأجهزتهم. كما تمتلك مصر في محمياتها ثاني أندر مجموعة من الشعاب المرجانية في العالم، وأهم ما يميز هذا النوع من السياحة أنها متكررة، فقد يأتي السائح عددا من المرات أو قد يعتاد قضاء اجازته السنوية على شاطئ يتوافر له فيه جميع عوامل الجذب التي يتطلبها والتي توجد في مصر.

٣ـ سياحة المؤتمرات والمعارض:

تعد سياحة المؤتمرات نمطاً هاماً من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في العقدين الأخيرين وارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري والثقافي والاجتماعي الذي شهده العالم في تلك الفترة. وبصفة عامة فقد زاد النشاط في مجال سياحة المؤتمرات نتيجة لعدة عوامل من أهمها زيادة العلاقات الدولية ودعمها بين الشعوب، وسهولة وسائل الاتصال وتوافر المواصلات وسرعتها، وزيادة التعاون الدولي في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والفنية والرياضية، مما يجعل من الضروري عقد اللقاءات والاجتماعات بين المتخصصين في المجالات المختلفة من أجل دراسة الأمور المشتركة، ومحاولة الوصول إلى صور أفضل للتعاون. وتوجد أنواع عديدة من المؤتمرات تختلف فيما بينها وتتنوع من حيث اهتماماتها، ويمكن حصرها فيما يلي:

- المؤتمرات السياسية في نطاق المنظمات العالمية وتحت رعاية الحكومات.
- المؤتمرات واللقاءات والحلقات العلمية.
- المؤتمرات الاقتصادية والتجارية التي تقيمها المنظمات العالمية أو الاتحادات أو بين الدول أو مجموعة من الدول الإقليمية ومعظمها من المنظمات غير الحكومية.
- لقاءات دورية للشركات الكبرى أو مجموعة من الشركات متعدية الجنسيات أو الشركات الوطنية.
- مؤتمرات الاتحادات النوعية (اتحادات رياضية ـ اتحادات عمالية ـ اتحادات مهنية).

ويمكن تلخيص أثر المؤتمرات على السياحة في الآتي:

- تحقيق إيرادات ضخمة للعديد من القاعات والجهات التي يتكون منها الجهاز الاقتصادي للدولة.
- تنشيط السياحة في المراكز السياحية التقليدية.
- جذب الأنظار إلى مناطق جديدة لم يسبق استغلالها سياحيا.
- التغلب على الآثار السلبية المترتبة على فترات الركود في المناطق ذات السياحة الموسمية.
- عائد إعلامي ضخم ينتج عنه تعميق التفاهم وتوطيد صلات الصداقة والتعاون على المستويين الرسمي والشعبي.

ومن ناحية أخرى، فإن سياحة المعارض تعتبر أحد الأنواع المكملة لسياحة المؤتمرات، حيث تستغل الفنادق في الفترات الموسمية التي يقل فيها الإشغال لإقامة المعارض ذات الأغراض المتنوعة. ويلاحظ أن تكرار

هـذه المعـارض كـل عـام يعمـل علـى زيـادة روادهـا، خاصـة إذا كـانت معارض دولية متميزة، وبذلك تصبح موارد إضافية للسـياحة. وقد دعـم وجود مركز للمؤتمرات في القاهرة سياحة المؤتمرات والمعـارض في مصـر، نظرا لسـعته وإمكانياتـه والتجـهيزات المتوافـرة بـه. وقـد عقـد في قاعـة مؤتمرات المركز العديد من المؤتمرات الدولية مثل المؤتمـر الـدولي للسـكان في عـام ١٩٩٤، والمؤتمـر الاقتصـادي للتنميـة في الشـرق الأوسـط في عـام ١٩٩٦.

كما أن وجود أرض المعارض في مدينة نصر قد مكّن من استضافة أهـم معرضـين دوليـين ينعقـدان في مصـر بشـكل دوري همـا معـرض القـاهرة للكتاب ومعرض المنتجات والسلع الصناعية. إضافة إلى ذلك فإن الفنادق الكـبرى تحتـوى صـالات للمؤتمـرات، فقـد عقـد مؤتمـر "قمـة صـانعي السلام" في أحد فنادق مدينــة شـرم الشـيخ. كمـا قـامت وزارة السـياحة بتنظيم مهرجان السياحة والتسوق في شهر أغسطس عـام ١٩٩٨، وذلـك بغـرض تنشـيط السـياحة العربيـة، حيـث تعتـبر الفـترة مـن يوليــو إلى أغسطس من كل عام ذروة موسم السياحة العربية.

٤ - السياحة العلاجية:

للسياحة العلاجية في العالم تـاريخ قديـم، إذ كـان نبـلاء رومـا قبـل الميلاد يذهبون إلى مدن ذات عيون بها مياه دافئة أو كبريتية للعلاج مـن الأمراض الروماتيزمية وغير ذلك من الأمـراض الجلديـة، وقـد اسـتمرت هذه العادة حتى الوقت الحالي.

والهدف من السياحة العلاجية هو السفر للعـلاج والنقاهـة أو دخـول المصحـات المختلفـة للعنايـة بالصحـة، أو ارتيـاد الأمـاكن الـتي تمتـع بخصائص شفائية معينة من أجـل تحقيـق الصحـة الجسـدية والنفسـية

والفكرية. وتعد السياحة العلاجية الآن من أكثر أنواع السياحة الهامة في السوق السياحي الدولي، وخاصة في الدول المتقدمة سياحيا وهي أغلبها دول صناعية، وذلك نظرا لأهميتها الحيوية في هذا الوقت الذي يتميز بظهور أمراض عصرية عديدة مثل القلق النفسي والتوتر العصبي وأمراض القلب والجهاز التنفسي، حيث يتجه العالم حديثا إلى العودة لاستخدام الوسائل الطبيعية للعلاج التي كانت تستخدم في الماضي.

وفي مجال السياحة العلاجية لابد من التفريق بين السياحة الاستشفائية ونظيرتها الوقائية الحرة:

- **السياحة الاستشفائية:**

تتمثل السياحة الاستشفائية في رحلة العلاج أو إجراء جراحة معينة في إحدى المراكز الطبية ثم يحتاج المريض بعد العلاج إلى فترة نقاهة يقضيها في إحدى المصحات أو المنتجعات الصحية التي تتمتع بخصائص استشفائية للعناية بالصحة العامة، أي أنها مخططة للعلاج والنقاهة وتخضع فيها كل الأنشطة للإشراف الطبي المتخصص. وتتميز هذه الأماكن بسيادة الطبيعة فيها حيث لا تقل عن ٩٠٪ من مساحتها الإجمالية وهي مخططة للعلاج والاستفادة من القيم العلاجية الطبيعية الموجودة في مناخها أو مياهها مثل مياه العيون بأنواعها (المعدنية والكبريتية).

- **السياحة الوقائية الحرة:**

تتمثل في عملية الانتقال الاختياري للسائح إلى جميع الأماكن التي ترفع من مستوى أدائه الطبيعي لوظائفه الجسدية والعقلية والفكرية وتنمي علاقاته الاجتماعية. والسائح هنا لا يخضع للإشراف الطبي

المتخصص. وتمارس خلال السياحة الوقائية الأنشطة التي تؤدي إلى تجديد حيوية الإنسان وانتعاش وتحسن نفسيته وتنمية ثقافته وأفكاره .

وبالنسبة لمصر فإنه على الرغم مما تتمتع به من إمكانيات ضخمة تصلح للسياحة العلاجية والاستشفاء، من مناخ معتدل وشمس ساطعة طوال العام، وتوافر عيون المياه المعدنية والكبريتية والرمال والطمي وشواطئ البحار الدافئة، بجانب ارتباطها بتاريخ حضاري يجعلها أكثر جاذبية لسائحي العلاج. رغم كل ذلك لم تحظ السياحة العلاجية في مصر بالاهتمام الكافي ولم تستغل بعد المناطق التي تصلح لهذا النوع من السياحة والتي قد تصل إلى ١٥ منطقة جغرافية تضم حوالي ١٣٥٦ عينا للمياه المعدنية والكبريتية ذات الخصائص العلاجية.

أهم مناطق السياحة العلاجية في مصر :

- **منطقة حلوان:** إلا أن هذه المنطقة قد أصبح نشاطها محدودا بعد أن توارت خلف مداخن المصانع والتي حولت منطقة حلوان من مركز للسياحة العلاجية والاستجمام إلى منطقة صناعية ضخمة.

- **عين الصيرة:** اشتهرت منذ القدم بعيونها وحماماتها الطينية إلا أنها في حاجة ماسة إلى التخطيط والتطوير خاصة أنها في قلب القاهرة ويمكن أن تستغل إذا ما تم الاعتناء بها.

- **الفيوم:** تزخر الفيوم بعيونها المعدنية بجانب مقومات أخرى للسياحة الثقافية وسياحة الترفيه والاستجمام والسياحة الرياضية. ومن أهم مناطق العيون الطبيعية في الفيوم عين السلين وترجع شهرتها إلى أن مياهها تعتبر من أعظم المياه المعدنية الصالحة للشرب وثبت فائدتها في علاج آلام المعدة والجهاز الهضمي وفي علاج تصلب الشرايين وارتفاع ضغط الدم.

- **حمام فرعون:** وهو مكون من سلسلة مياه كبريتية دافئة تصلح لعلاج الأمراض الروماتيزمية وتعتبر مكانا متميزا للاستشفاء.

- **الواحات الخارجة:** اشتهرت بأنها من أهم مناطق العلاج الطبيعي ومشتى من المشاتي الفرعونية القديمة لما بها من ينابيع للمياه المعدنية والكبريتية.

- **جزيرة الفنتين بأسوان:** تعتبر أسوان مشتى سياحياً عالمياً لما تتمتع به من مناخ دافئ جاف وشمس ساطعة، بالإضافة إلى ما تتمتع به من رمال مشعة تصلح لعلاج الأمراض الروماتيزمية. وهناك أمثلة أخرى للسياحة العلاجية بمصر مثل واحة سيوة ووادي النطرون، وعيون موسى والعين السخنة وحمامات كليوباترا بمرسى مطروح وسيناء.

٥ - السياحة الدينية:

وهي أحد أنواع السياحة التقليدية التي تمثل مصدرا هاما ومتجددا من مصادر السياحة ويقصد بها زيارة بعض الأماكن الدينية للتبرك أو للحج أو لأداء واجب ديني أو للتعرف على التراث الديني لدولة ما مثل زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين، والقدس بالنسبة للمسيحيين واليهود، والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين. ومن ثم يمكن تقسيم السياحة الدينية إلى ثلاثة أقسام حسب الديانات السماوية الثلاث :

- **السياحة الدينية الإسلامية:** وهي تتركز في زيارة الأضرحة مثل سيدنا الحسين والسيدة زينب والسيدة نفيسة والسيدة عائشة، وحضور المناسبات والاحتفالات السنوية بمولد الأولياء الصالحين. ومن الممكن زيادة أعداد السياح الذين يتوافدون على مصر بغرض زيارة المقدسات الإسلامية من خلال المزيد من الحملات الدعائية، خاصة في البلاد

الإسلامية الآسيوية مثل اندونيسيا وماليزيا وسلطنة بروناي، وأيضا في إيران لارتباط الشيعة بسيدنا الحسين والسيدة زينب.

ـ **السياحة الدينية المسيحية:** وتتركز هذه السياحة في مسار العائلة المقدسة التي أتت إلى مصر بعد هروبها من فلسطين. وفي مصر مجموعة كبيرة من الأماكن المقدسة مثل كنيسة أبو سرجة في مصر القديمة ودير المحرّق في أسيوط وشجرة مريم في المطرية. كما توجد مناطق هامة للديانة المسيحية مثل دير القديس أنطونيوس في البحر الأحمر، والذي يعتبر مؤسس الرهبنة في العالم، ثم أديرة وادي النطرون التي ترجع إلى القرن الرابع الميلادي، ثم دير "سانت كاترين" في سيناء الذي أنشئ على يد الإمبراطورة هيلانة والدة الإمبراطور جستنيان، وهو مزار مشهور عالميا.

ـ **السياحة الدينية اليهودية:** وهي تتركز في منطقة كاترين في سيناء والصعود إلى أعلى جبل موسى حيث تسلم سيدنا موسى الوصايا العشر، وزيارة قبر أبو حصيرة في الوجه البحري.

٦ـ السياحة الرياضية:

السياحة الرياضية هي إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة سواء عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على المياه والتجديف أو صيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس تحت الماء والتزحلق على الجليد أو تسلق الجبال أو تلك التي تتطلب إمكانيات خاصة تكفل ممارستها مثل الجولف والفروسية والتنس ورحلات السفاري والتخييم في الغابات والصحاري.

ولا تقتصر السياحة الرياضية على مساهمة السائح في النشاط الرياضي بنفسه، بل تشمل أيضا المشاهدة والاستمتاع ببعض المناسبات

الرياضية العالمية مثل مباريات كأس العالم لكرة القدم والدورات الأوليمبية والدورات الإقليمية مثل الدورة الإفريقية والدورة الأوروبية وأيضا حضور المهرجانات العالمية .

وتتزايد أهمية هذا النوع من السياحة في مصر يوما بعد يوم، فمصر ذات طقس مشمس ومناخ معتدل طوال العام تقريبا، مما يعد أمرا مشجعا بالنسبة لجذب الممارسين والمشجعين للرياضات المختلفة التي تمارس في الهواء الطلق، مثل الجولف والتنس والعوم وركوب الخيل. وبشكل عام فإن بمصر العديد من الإمكانات التي يجب استغلالها للدعاية لهذا النوع من السياحة، خاصة وقد أنشئت في الآونة الأخيرة مدينة رياضية متكاملة في ضاحية المعادي.

وتهتم مصر في الفترة الأخيرة بهذا النوع من السياحة حيث أنشأت ثلاثة ملاعب للجولف في القاهرة، علاوة على الملعبين الموجودين أصلا، ملعب في كل من شرم الشيخ والغردقة والأقصر، الأمر الذي قد يساهم في تنشيط سياحة الجولف لارتفاع مستوى الإنفاق بين رواد هذه الرياضة. إضافة إلى تنظيمها لرالي الفراعنة لسباق السيارات الذي يتمتع بشهرة عالمية بعد مرور عشر سنوات من إنشاء المسابقة . علاوة على ذلك، فقد اهتمت وزارة السياحة وبعض الجهات المعنية بالسياحة الرياضية، فأولتها عناية خاصة عن طريق توفير الإمكانيات اللازمة لممارسة مختلف أنواع الرياضة. ومن أهم الأماكن التي تمارس فيها السياحة الرياضية في مصر هي :

- ساحل البحر الأحمر وبصفة خاصة ساحل مدينة الغردقة حيث تنظم مسابقات لصيد الأسماك ولممارسة رياضة الغوص وسباق اليخوت واللنشات والانزلاق على الماء.

ـ شاطئ خليج العقبة حيث تنتشر مراكز الغوص ورياضات الماء في مدن نويبع ودهب وشرم الشيخ ورأس محمد، حيث تتوافر إمكانيات نادرة في تلك المناطق من صفاء المياه، ودفئها صيفا وشتاء ووجود مجموعة نادرة من الأحياء المائية والشعب المرجانية.

ـ شواطئ الجزر المنتشرة في البحر الأحمر حيث تمارس فيها مختلف أنواع الرياضات المائية السابق ذكرها والتصوير تحت الماء.

ـ الساحل الشمالي الغربي المطل على البحر المتوسط والذي يتميز بقربه من المدن الساحلية الهامة المطلة على البحر المتوسط والتابعة لأهم الدول المنافسة في السياحة الرياضية مثل اليونان وإيطاليا وإسبانيا.

ـ الوجه البحري حيث تمارس رياضة الصيد بأنواعها المختلفة.

ـ الوجه القبلي، وذلك على طول ضفاف النيل حيث تمارس الرياضات المائية المختلفة.

ـ محافظة الفيوم، حيث يمكن بجانب الرياضات المائية ممارسة رياضة صيد البط وصيد الحيوانات الأخرى مثل الغزلان.

٧ـ سياحة الفنادق العائمة:

تشهد صناعة السياحة المصرية تطورا ملحوظا في مجال سياحة الفنادق العائمة، ويبدو أن النمو الهائل في صناعة السياحة دفع المصريين إلى تطوير السياحة النيلية والبحرية من استخدام المراكب الخشبية الصغيرة إلى سفن عائمة عملاقة مصنعة في الدول الكبرى من فئة الخمسة نجوم. ويلاحظ أن كبار الشخصيات السياسية والفكرية التي تزور مصر تحرص على القيام برحلة إلى صعيد مصر أو البحر الأحمر وقضاء بضع أيام على متن السفن العائمة. فقد أمضت "بربارة بوش" عقيلة الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش في عام ١٩٩٩ رحلة

على متن الباخرة (ليبرتي) بدعوة من السيدة سوزان مبارك. ويعرف هذا النوع من السياحة بـ (سياحة النخبة) في مصر.

وقد ازدهرت سياحة الفنادق العائمة في مصر، بحيث أصبح من المتوقع أن تصل عائداتها إلى ٧,١٧ مليار جنيه عام٢٠٠١، خاصة في ظل تكثيف الاستثمارات المحلية والأجنبية في قطاع السياحة بمصر، حيث قدرت الاستثمارات السياحية في مصر حتى مطلع عام ١٩٩٩ بحوالي ٢٠ مليار جنيه، ومن المتوقع أن تصل إلى ٤٥ مليارا في العام ٢٠٠٥ نظرا للتوسع الكبير في المشروعات السياحية.

الفصل الثانى :

الهيكل الإداري والوظيفي لوزارة السياحة

١ - السياحة المصرية والبحث عن وزارة مستقلة

تعتبر وزارة السياحة هي الجهاز الرسمي والرئيسي الذي يخطط وينظم السياحة في مصر. وقد بدأ اهتمام مصر بالسياحة مبكرا، نظرا للإمكانيات السياحية الهائلة التي تمتلكها، ومن ثم فقد جاء أول ذكر للسياحة في حكومة علي صبري في مارس عام ١٩٦٤ ، حيث عين الدكتور عبد القادر حاتم نائبا لرئيس الوزراء للثقافة والإرشاد القومي ووزيرا للإعلام ووزيرا للسياحة والآثار. وقد ظلت الآثار مقترنة دائما بالسياحة في وزارة واحدة، ولم يختف الجمع بينهما إلا منذ تشكيل وزارة صدقي سليمان في سبتمبر ١٩٦٦. وبالطبع فإنه ليس من الصعب تصور مبررات جمع الآثار مع السياحة، فالسياحة في مصر تعتمد بشكل رئيسي على الآثار، بل إنه يمكن القول أن الآثار كانت المصدر الوحيد للسياحة المتوافر لمصر آنذاك. ومن ثم فقد كان التصور أن الجمع بين الآثار والسياحة في وزارة واحدة يسهل عمل الوزير الذي يتولى تلك الحقيبة ويساعد على تفعيل السياحة من جهة ثانية.

وقد أنشئت وزارة السياحة بالقرار الجمهوري رقم ١٤٤١ لسنة ١٩٦٦، ثم تعاقبت عليها قرارات جمهورية بإعادة تنظيمها انتهت بالقرار الجمهوري ٧١٢ لسنة ١٩٨١. وكما سبق القول فقد ارتبط بها في بعض المراحل أجهزة الآثار، كما تبعها أيضا في مراحل كثيرة ماضية الطيران المدني.

وقد تعاقب على وزارة السياحة منذ أول ذكر لها ١٩ وزيرا، حيث عين الدكتور عزيز أحمد ياسين وزيرا للسياحة والآثار في وزارة الدكتور زكريا محيي الدين (أكتوبر ١٩٦٥)، وفي وزارة صدقي سليمان ورد ذكر السياحة عند تشكيل الوزارة مقترنا بالإسكان والمرافق، فعين الدكتور عزيز أحمد ياسين وزيرا للإسكان والسياحة والمرافق (سبتمبر ١٩٦٦). وفي نوفمبر ١٩٦٦ عين أمين شاكر وزيرا للسياحة، دون النص على الآثار. وقد كانت تلك هي المرة الأولي التي تستقل فيها السياحة بوزارة منفردة، وهو الأمر الذي كان له أثر إيجابى على السياحة بصفة عامة، حيث عملت تلك الوزارة على متابعة شئون السياحة والسائحين فقط، إعتمدت على التعاون مع الوزارات الأخرى سواء للآثار أو غيرها لإنجاز المهام الأخرى ذات الصلة بالسياحة.

وفي الوزارة التي شكلها الرئيس جمال عبد الناصر (مارس ١٩٦٨) عين الدكتور محمد حافظ غانم وزيرا للسياحة. وفي سبتمبر ١٩٦٩ عين السفير محمد عوض القوني وزيرا للسياحة، ثم خلفه الدكتور أحمد السيد درويش في وزارتي الدكتور فوزي الثانية (نوفمبر ١٩٧٠) والثالثة (مايو ١٩٧١). وفي وزارة الدكتور فوزي الرابعة (سبتمبر ١٩٧١) عين المهندس إبراهيم نجيب زيرا للسياحة، ثم خلفه الدكتور محمد زكي هاشم في وزارة الدكتور عزيز صدقي (يناير ١٩٧٢).

وفي مارس ١٩٧٣ عين السفير إسماعيل فهمي وزيرا للسياحة في الوزارة التي شكلها الرئيس السادات. وفي الوزارة الثانية التي شكلها الرئيس السادات في أبريل ١٩٧٤ تولى المهندس إبراهيم نجيب منصب وزير السياحة ومعها الطيران المدني، وفي أكتوبر ١٩٧٤ حدث تعديل وزاري محدود احتفظ فيه الدكتور إبراهيم نجيب بوزارة السياحة بعد فصلها عن الطيران المدني، إلا أن الطيران المدني تم إعادة ضمه لوزارة

السياحة مرة ثانية في وزارتي ممدوح سالم الثانية (مارس ١٩٧٦) والثالثة (نوفمبر ١٩٧٦)، ثم تولى المهندس محب رمزي استينو وزارة السياحة والطيران المدني عقب أحداث ١٨ و١٩ يناير ١٩٧٧، ثم خلفه الدكتور محمود أمين عبد الحافظ في وزارتي الدكتور مصطفى خليل (أكتوبر ١٩٧٨ ويونيو ١٩٧٩).

ومع بداية عقد الثمانينيات، وفي وزارة الرئيس السادات الثالثة (مايو ١٩٨٠) تولي علي جمال الناظر وزارة السياحة والطيران المدني، ثم خلفه عادل طاهر في وزارة الدكتور فؤاد محيي الدين (يناير ١٩٨٢ - أغسطس ١٩٨٢). وفي وزارة الدكتور فؤاد محيي الدين الثانية أسندت الوزارة (السياحة والطيران المدني) إلى توفيق عبده إسماعيل، ثم خلفه الدكتور وجيه شندي في وزارة كمال حسن علي (يوليو ١٩٨٤)، ثم تولي فؤاد سلطان وزارة السياحة والطيران المدني في وزارة الدكتور علي لطفي (أكتوبر ١٩٨٥) ووزارتي الدكتور عاطف صدقي (نوفمبر ١٩٨٦ وأكتوبر ١٩٨٧).

وفي وزارة الدكتور عاطف صدقي الثالثة (أكتوبر ١٩٩٣) عين الدكتور ممدوح البلتاجي وزيرا للسياحة. ويعتبر الدكتور البلتاجي أول وزير للسياحة من دون الطيران المدني منذ عهد إبراهيم نجيب حين تولى السياحة فقط (أكتوبر ١٩٧٤ - مارس ١٩٧٦). ويلاحظ أنه خلال الفترة من ١٩٦٤ حيث بدء ذكر وزارة السياحة وحتي أكتوبر من عام ١٩٩٣، أي قبيل تولي الدكتور ممدوح البلتاجي، يلاحظ أنه قد تولى الوزارة ١٨ وزيرا في فترة زمنية مدتها حوالي ١٧ سنة، بما يعني أن متوسط مدة الوزير كانت حوالي سنة واحدة. ولعله ليس من الصعوبة تصور الانعكاسات السلبية لعدم الاستقرار في الوزارة على مستوى السياحة في مصر وكفاءة التخطيط لها، وهو الأمر الذي تغير تماما منذ مجيئ الدكتور ممدوح البلتاجي وزيرا للسياحة فقط.

وزراء السياحة منذ نشأتها حتى الآن

اسم وزارة السياحة	الوزير	رئيس الوزراء	الفترة
السياحة والآثار	د. عبد القادر حاتم	علي صبري	مارس ١٩٦٤
السياحة والآثار	د. عزيز أحمد ياسين	زكريا محي الدين	أكتوبر ١٩٦٥
الإسكان والسياحة والمرافق	د. عزيز أحمد ياسين	صدقي سليمان	سبتمبر ١٩٦٦
السياحة	أمين شاكر	صدقي سليمان	نوفمبر ١٩٦٦
السياحة	د. محمد حافظ غانم	جمال عبد الناصر	مارس ١٩٦٨
السياحة	السفير محمد عوض القوني	جمال عبد الناصر	سبتمبر ١٩٦٩
السياحة	د. أحمد السيد درويش	د. محمود فوزي	نوفمبر ١٩٧٠
السياحة	المهندس إبراهيم نجيب	د. محمود فوزي	سبتمبر ١٩٧١
السياحة	د. محمد زكي هاشم	عزيز صدقي	يناير ١٩٧٢
السياحة	السفير إسماعيل فهمي	محمد أنور السادات	مارس ١٩٧٣
السياحة والطيران المدني	المهندس إبراهيم نجيب	محمد أنور السادات	أبريل ١٩٧٤
السياحة والطيران المدني	المهندس محب رمزي استينو	ممدوح سالم	يناير ١٩٧٧
السياحة والطيران المدني	د. محمود أمين عبد الحافظ	د. مصطفى خليل	أكتوبر ١٩٧٨
السياحة والطيران المدني	علي جمال الناظر	محمد أنور السادات	مايو ١٩٨٠
السياحة والطيران المدني	عادل طاهر	فؤاد محي الدين	يناير ١٩٨٢
السياحة والطيران المدني	توفيق إسماعيل عبده	فؤاد محي الدين	أغسطس ١٩٨٢
السياحة والطيران المدني	وجيه شندي	كمال حسن علي	يوليو ١٩٨٤
السياحة والطيران المدني	فؤاد سلطان	د. علي لطفي	أكتوبر ١٩٨٥
السياحة	د. ممدوح البلتاجي	د. عاطف صدقي	أكتوبر ١٩٩٣

ومن الجدول يتضح أن أهم مجالين تم ضمهما إلى السياحة في وزارة واحدة هما الآثار ثم الطيران المدني. وبالنسبة للآثار فقد كان المغزى من ضمها مع السياحة في وزارة واحدة هو أن سياحة الآثار تمثل الجزء الأكبر والأهم من السياحة في مصر، ومن ثم فإن ضمهما يعني أن وزيرا وحيدا سيكون مسئولا عن الملفين بما يعني في النهاية تفعيلا للسياحة، إلا أن التجربة لم تأت بالكثير، فتم فصل السياحة وأصبحت وزارة مستقلة. ثم عاد التفكير مرة ثانية في كيفية تفعيل السياحة ومحاولة التغلب على العقبات التي تواجه السياح فتم ضم السياحة إلى الطيران المدني في عام ١٩٧٤واستمرت تلك التجربة بنجاح حتى أوائل التسعينيات، وتم مرة ثانية الأخذ بنظام أن تكون السياحة في وزارة

منفصلة. وتجدر الإشارة إلى أن وزارة السياحة قد تعاقب عليها في عهد الرئيس مبارك ستة وزراء وذلك بمعدل حوالي ٣,٥ سنة لكل وزير، إلا أن هذا المعدل يقل كثيرا إذا تم استثناء فترة الدكتور ممدوح البلتاجي التي تقدر بحوالي عشر سنوات، وبذلك يصبح المعدل حوالي ٢,٥ سنة فقط.

٢ - تطوير الهيكل الإداري والوظيفي للوزارة

على الرغم من أن وزارة السياحة قد ظهرت لأول مرة كوزارة مستقلة في عام ١٩٦٤، إلا أنه قد تم تنظيم واعتماد ترتيب وظائف ديوان عام الوزارة في عام ١٩٧٧ وفقا للأوضاع السياحية التي سادت آنذاك. وقد ظل هذا الترتيب هو المعتمد في الوزارة لفترة طويلة، ولم يستجب لأي من التطورات أو التغيرات التي طرأت سواء على المجتمع المصري بصفة عامة أو على قطاع السياحة بصفة خاصة. فمنذ ذلك الحين وحتى الآن شهد القطاع السياحي نموا مطردا وتشعبا في أنشطته لم يواكبه تغيير ملائم في هياكل العمل بالوزارة بحيث ظهر خلل واضح بين الاحتياجات الواجبة والإمكانيات المتاحة لاسيما فيما يتعلق بتطبيق ومتابعة السلطات الرقابية التي أقرها القانون على أنشطة الفنادق والمنشآت والخدمات السياحية بشكل عام. وهو الأمر الذي فرض ضرورة التفكير في كيفية تعديل هذا الترتيب العتيق بما يساعد في النهاية على تفعيل العمل في وزارة السياحة وبما ينعكس في النهاية على تنمية السياحة المصرية التي باتت تواجه الكثير من التحديات على المستويين الداخلي والخارجي.

وقد عملت وزارة السياحة بالتعاون مع الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة على كفالة قدر من التكيف التدريجي لاستكمال الأدوات

الرقابية اللازمة لتحقيق انضباط السوق السياحي وكفالة الجودة، وهي معيار السبق الحقيقي في عالم يموج بالتطورات على مستوى حركة السياحة الإقليمية والعالمية.

وبالفعل تحقق تطور أدى إلى استحداث عدد من التغييرات سمحت بتطعيم الوزارة ببعض العناصر المتميزة، فضلا عن إتاحة الفرصة لبعض القيادات بالوزارة للتفرغ لواجباتها بعد أن كانت ندرة تلك القيادات قد فرضت جمع البعض منها بين أكثر من موقع ومسئولية بشكل ألقى عليها أعباء كثيرة.

وهكذا بدأ العمل التدريجي المدروس لإعادة تنظيم ديوان عام الوزارة، وإزالة الازدواج القائم بين بعض اختصاصات الوزارة والهيئة العامة للتنشيط السياحي، وذلك في ضوء القرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ بإنشاء الهيئة، وكذلك إزالة الازدواج القائم بين بعض اختصاصات الوزارة وهيئة التنمية السياحية في حدود ما نص عليه القرار الجمهوري الصادر بإنشائها في عام ١٩٩١.

ومن ناحية ثانية، استهدفت عملية إعادة التنظيم أيضا إزالة الازدواج القائم في الاختصاصات بين بعض الإدارات داخل الوزارة وتوحيد جزئيات كل مجال من مجالات العمل.

وقد تم إجراء التطوير في الهيكل الوظيفي على عدة مراحل إلى مزيد من المرونة والقدرة على العمل بما يواكب التطورات الخاصة بالواقع السياحي.

وفي هذا السياق نصت المادة الثالثة من القرار الجمهوري ٧١٢ لسنة ١٩٨١ الخاص بتنظيم وزارة السياحة على أن يتشكل الجهاز الإداري لوزارة السياحية من عدة أجهزة رئيسية، وذلك على النحو التالي:

١ـ مكتب الوزير والوحدات الاستشارية التابعة للوزير.
٢ـ قطاع التخطيط.
٣ـ قطاع العلاقات والخدمات السياحية.
٤ـ الأمانة العامة.

أولا: قطاع التخطيط:

يتكون قطاع التخطيط من:

١ـ الإدارة المركزية للمعلومات والبحوث والتدريب. وتتكون من مركز المعلومات والبحوث، ومركز التدريب السياحي.

بالنسبة لمركز المعلومات والبحوث فهو الأساس الجوهري في تخطيط الأنشطة وتنميتها ويختص بما يلي:

- تجميع وحصر لكافة البيانات المتصلة بأبعاد وظروف السياحة من جميع المصادر المحلية والأجنبية.
- تصميم وإدارة نظام فعال لتصنيف البيانات وتحليلها وحفظها وتنظيم تداولها.
- إنتاج الإحصاءات والمؤشرات المساعدة في أعمال التخطيط والمتابعة وتقييم الأداء.
- المساهمة في أعمال البحوث والدراسات الهادفة إلى تحليل الواقع والإمكانيات السياحية في مصر، وحصر مقومات تنمية السياحة، ودراسة مصادر الجذب السياحي.
- دراسة الأسواق والخدمات السياحية بمصر، ومقارنتها بمثيلتها في الدول السياحية المتقدمة.
- دراسة أنماط السائحين ورغباتهم وانعكاسات الخدمة السياحية في مصر عليهم.

- الدراسة المتخصصة للجوانب الاقتصادية في العمل السياحي، وتقييم عائد الأنشطة السياحية.
- دراسة الجوانب الاجتماعية والحضارية وتأثيرها على كفاءة العمل السياحي في مصر وسبل تطوير وعي المواطنين.
- تعميق الاتصالات والعلاقات العلمية بين وزارة السياحة والجامعات ومراكز البحث العلمي والبيوت الاستشارية المهتمة بالبحوث السياحية.
- خدمة ومعاونة قطاعات الوزارة والهيئات التابعة لها في شأن تطوير نظم وأنشطة للمعلومات والبحوث بها.

ويعتبر مركز المعلومات والبحوث السياحية التابع للإدارة المركزية للمعلومات والبحوث والتطوير ذا أهمية خاصة حيث أن التخطيط للحملات الدعائية يجب أن يبنى على دراسة مستفيضة لكافة البيانات والإحصاءات والمعلومات عن الأسواق السياحية المختلفة واتجاهات السائحين ودوافعهم، وكذلك الشرائح السوقية المختلفة والنشاط الدعائي للدول السياحية المنافسة في مختلف الأسواق السياحية، هذا علاوة على الدراسة المتأنية للأسواق السياحية ذات الأولوية وكذلك الأسواق الثانوية والأسواق المحتملة.

أما بالنسبة لمركز التدريب السياحي فهو يقوم برسم سياسة لتدريب العاملين بالوزارة والأجهزة التابعة لها والعاملين بالحقل السياحي، كما يتولى تخطيط القوى العاملة بالقطاع وتحديد احتياجاته من النوعيات المختلفة والعمل على إعدادها من خلال المدارس الفندقية ومراكز التدريب المختلفة، وإرسال البعثات إلى الخارج، كما يساهم مع المعاهد التعليمية المختلفة، سواء الجامعات أو المعاهد العليا والمدارس الثانوية، في إعداد القوى البشرية اللازمة للقطاع السياحي.

٢ـ الإدارة المركزية للتخطيط والمتابعة: وهي تضم الإدارات التالية:

- الإدارة العامة للتخطيط
- الإدارة العامة للتخطيط الهندسي.
- الإدارة العامة للمتابعة وتقييم أداء.

ثانيا: قطاع العلاقات والخدمات السياحية:

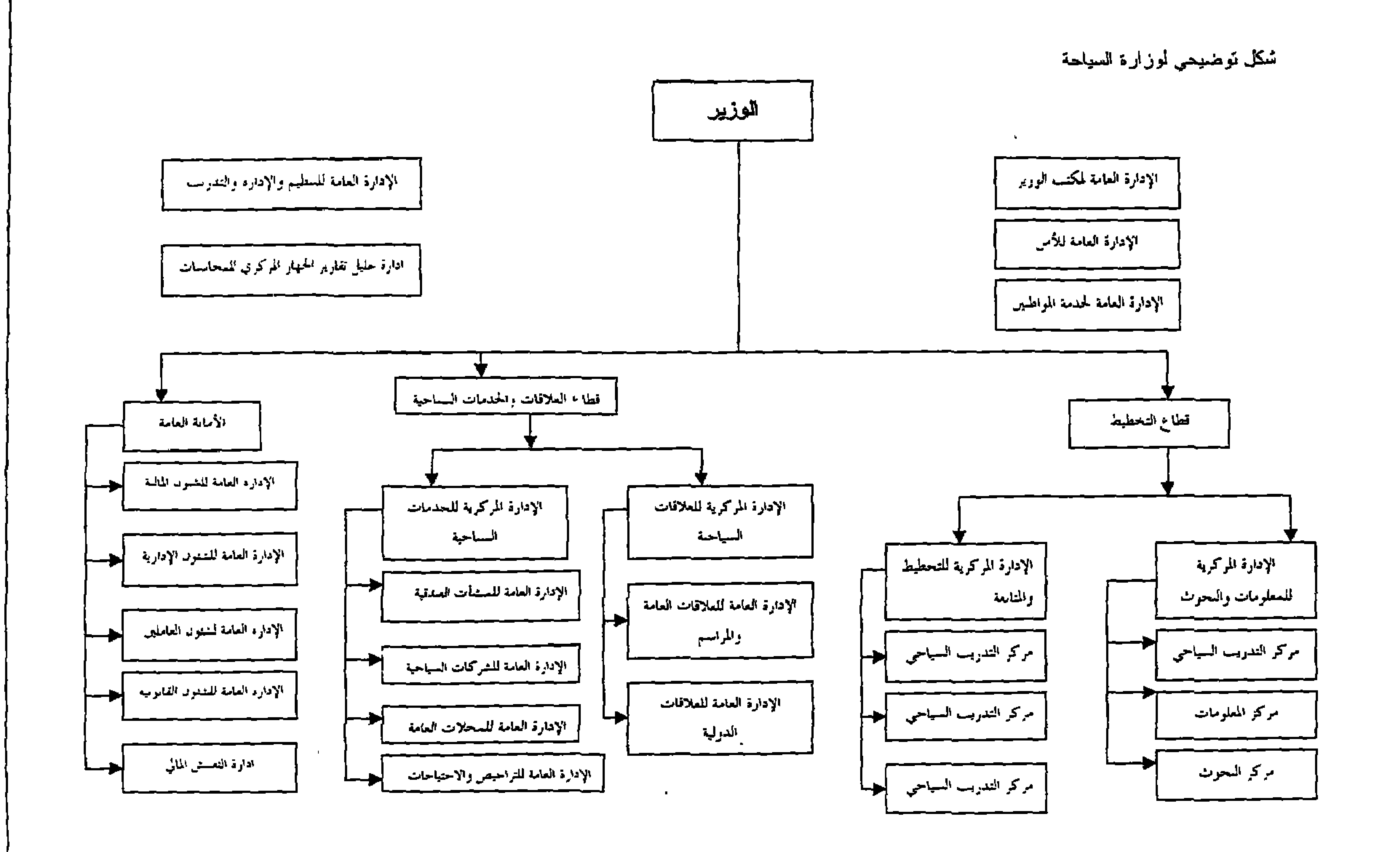
يتكون قطاع العلاقات والخدمات السياحية من:

- الإدارة المركزية للعلاقات السياحية. وتشمل الإدارات التالية:
  * الإدارة العامة للعلاقات العامة والمراسم.
  * الإدارة العامة للعلاقات الدولية.
- الإدارة المركزية للخدمات السياحية. وتشمل الإدارات التالية:
  * الإدارة العامة للشركات السياحية.
  * الإدارة العامة للمنشآت الفندقية.
  * الإدارة العامة للمحلات العامة السياحية.
  * الإدارة العامة للتراخيص والاحتياجات.

ثالثا: الإدارات التابعة للوزير:

- الإدارة العامة لمكتب الوزير
- الإدارة العامة للتنظيم والإدارة والتدريب.
- الإدارة العامة لخدمة المواطنين.
- إدارة تحليل تقارير الجهاز المركزي للمحاسبات.
- الإدارة العامة للأمن.

شكل توضيحي لوزارة السياحة



٣ - دور أو وظيفة وزارة السياحة بين إدراة السياحة وتنميتها

تضمن قرار رئيس الجمهورية رقم ٧١٢ لسنة ١٩٨١ في شأن تنظيم وزارة السياحة بمادتها الأولى تحديد أهداف الوزارة على النحو التالي:

تهدف وزارة السياحة إلى المشاركة في تنمية الاقتصاد القومي، ودعم العلاقات الإنسانية مع شعوب العالم، وتعميق وعي المواطنين بتراث بلادهم وارتباطهم بحضارتهم المعاصرة، وذلك بالتخطيط العلمي للتنمية السياحية الشاملة. وكذلك تنمية المشاركة الوطنية في صناعة السياحة وتعميق الترابط والتكامل بين مختلف القطاعات المتصلة بالعمل السياحي. .

كما نصت المادة الثانية من القرار على أن تختص وزارة السياحة ـ في سبيل تحقيق أهدافها ـ بما يلي:

١ـ إعداد السياسات العامة للتنمية السياحية بما تقوم عليه من أساليب استثمار الموارد المتاحة وسبل تنمية موارد جديدة، وذلك في إطار السياسة القومية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

٢ـ رسم السياسات الرئيسية المنظمة لمختلف مجالات العمل السياحي ترشيدا للأداء وتحقيقا للتناسق والتكامل بين القطاعات والأجهزة ذات العلاقة بالعملية السياحية.

٣ـ إعداد الخطط العامة والبرامج القومية للتنمية السياحية، وتحديد متطلبات ومقومات تنفيذها، والعمل على توفيرها مع تحديد المعايير والمعدلات التي تتخذ أساسا في التخطيط والمتابعة والتقييم.

٤- إجراء البحوث والدراسات للتعرف على كافة جوانب العمل السياحي، وما يتصل به من موارد ومستلزمات ومتابعة تطوره عالميا ومحليا.

٥- إعداد الدراسات الأولية ودراسات الجدوى للمشروعات السياحية.

٦- الترويج للمشروعات السياحية الجديدة وجذب المستثمرين للمساهمة فيها.

٧- عقد الاتفاقات الدولية وفقا لأحكام القوانين السارية، وتحسين الصلات والعلاقات مع المنظمات والهيئات الدولية المختصة.

٨- عقد المؤتمرات والحلقات الدراسية الدولية والمحلية المتعلقة بشئون الساحة، والمساهمة في أنشطة المنظمات الدولية بقصد التعريف بمصر وإمكانيات السياحة فيها.

٩- تخطيط الإعلام السياحي، وتوفير المعلومات للمهتمين بالحركة السياحية العالمية.

١٠- تعميق العلاقات مع المؤسسات السياحية الوطنية والأجنبية، وتوجيه جهودها لخدمة أهداف التنمية السياحية في البلاد.

١١- الإشراف على الخدمات السياحية، والرقابة على التزام المنشآت الفندقية والسياحية بالمواصفات والشروط التي تحددها الوزارة.

١٢- الإشراف على تنمية المناطق وإنشاء الفنادق ومختلف المنشآت السياحية.

١٣- متابعة أنشطة شركات السياحة وغيرها من وكالات السفر السياحية والمنشآت الفندقية والسياحية، والتأكد من التزامها بالقوانين والإجراءات المنظمة للعمل السياحي.

١٤- إصدار التراخيص بمزاولة الأنشطة السياحية وفقا للقوانين والنظم المقررة.

١٥- إعداد الخطط والبرامج لتنمية وتطوير الكفاءة الفنية والإدارية في مختلف المنشآت والمهن السياحية.

١٦- إعداد واستصدار التشريعات اللازمة لتنفيذ السياسة العامة للوزارة من النواحي السياحية والإدارية.

كما يدخل ضمن اختصاص الوزارة الترويج للمشروعات السياحية، ويتم ذلك عن طريق إعداد المواد الدعائية المختلفة، أو عن طريق دعوة المحررين والكتاب السياحيين لزيارة المشروعات والتعرف عليها، أو عن طريق إقامة مهرجانات أو أحداث خاصة بهذه المشروعات السياحية.

إضافة إلى ذلك، تقوم وزارة السياحة بعقد الاتفاقات الدولية بمختلف أنواعها وكذلك تحسين العلاقات والصلات مع المنظمات والهيئات الدولية المختصة. ويتم ذلك عن طريق حضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات التي تعقدها هذه المنظمات الدولية المختصة، والهيئات مما يكون له أكبر الأثر في تحسين الصورة السياحية لمصر في الخارج والدعاية لها.

كما تشارك الوزارة في المؤتمرات والحلقات الدراسية الدولية والمحلية المتعلقة بشئون السياحة وتساهم في أنشطة المنظمات الدولية بقصد التعريف بمصر وإمكانيات السياحة بها. كما تعمل الوزارة على تعميق العلاقات مع المؤسسات السياحية الوطنية والأجنبية، وتوجيه جهودها لخدمة أهداف التنمية السياحية في البلاد.

لقد حددت إحدى الوثائق الحديثة العامة الصادرة عن وزارة السياحة دور الدولة ووزارة السياحة في دفع جهود التنمية السياحية في ظل التطورات الاقتصادية المعاصرة فيما يلي:

١ـ توفير المناخ الملائم للاستثمار السياحي الخاص.
٢ـ ضمان توافق المصلحة الخاصة مع المصلحة العامة.
٣ـ الحفاظ على الثروات القومية وضمان التنمية المستدامة.
٤ـ الإشراف والرقابة على جودة الخدمات السياحية.
٥ـ وضع وتطوير الإطار التشريعي المنظم للعمل السياحي.
٦ـ وضع استراتيجية للنهوض بصناعة السياحة في مصر.

٤ - استراتيجية عمل وزارة السياحة

لقد شهدت السياحة منذ منتصف الثمانينيات وحتى أوائل التسعينيات فترات من الصعود والهبوط، وعبرت أزمات عديدة كان لها تداعياتها المباشرة على حجم السياحة الوافدة بدءا بأزمة "أكيلي لاورو" ثم أحداث الأمن المركزي ثم تداعيات الغزو العراقي للكويت، ثم موجة الإرهاب التي شهدتها مصر في عقد التسعينيات.

وكان تراكم تداعيات هذه الأزمات المتعاقبة شديد الوطأة على قطاع السياحة المصري بشكل أدى إلى هجرة بعض الكفاءات المدربة لهذا القطاع وخروج بعض المنشآت السياحية من النشاط السياحي، وتراكم الديون على البعض الآخر. وزاد من صعوبة الموقف وجود مجموعة من المعوقات والقيود الإدارية والقانونية والتنظيمية التي حدت من التوسع في نشاط قطاع السياحة.

ومع الانحسار الذي شهدته السياحة في هذه الفترة كان لابد أن ينعكس ذلك على التنمية السياحية التي شهدت بدورها انحسارا مماثلا، فلا المشروعات التي كانت بطور الاكتمال استطاعت استكمال العمل، ولا المستثمرون وجدوا حافزا قويا يشجعهم على توظيف أموالهم في مشروعات سياحية جديدة في ظل حالة من التشكك في إمكانية تشغيلها على أسس اقتصادية مربحة.

وبعد استيعاب حقائق الموقف في أواخر عام ١٩٩٣ بدأت ملامح استراتيجية جديدة للعمل من أجل النهوض بقطاع السياحة. وساعد على بناء ونجاح هذه الاستراتيجية أنها لم تبدأ من فراغ، بل استندت إلى رصيد متراكم من الإنجازات. وقد كان قوام الاستراتيجية الجديدة ما يلي:

١ـ تنشيط الحركة السياحية الوافدة. وذلك من خلال حملة مكثفة للعلاقات العامة مع أجهزة الإعلام الدولي لتصحيح الصورة الذهنية عن مصر أولا، ثم خطة تسويقية/إعلانية علمية مدروسة تنفذ في أهم الأسواق السياحية تجمع بين أكثر أدوات التسويق العصرية تأثيرا وفاعلية على أساس الجمع بين التوجه مباشرة إلى السائح المحتمل عبر وسائل الإعلام الجماهيرية وبين الجهود المبذولة عبر الإعلام المتخصص ورجال المهنة السياحية، والمشاركة النشطة في أهم المعارض والأسواق السياحية الدولية، واستحداث أجندة للمناسبات السياحية المحلية ذات الجاذبية الدولية.

٢ـ تنويع المنتج السياحي المصري بحيث يلبي كافة أنماط واحتياجات السائحين. ومن ذلك الاهتمام ـ إلى جانب السياحة الأثرية ـ

سياحة المنتجعات والسياحة العلاجية وسياحة المؤتمرات والحوافز، وسياحة المهرجانات الفنية والثقافية والموسيقية والرياضية.

٣- تنويع الأسواق المصدرة للسياحة إلى مصر بإضافة مجموعة من الأسواق الجديدة الواعدة مثل اليابان وكوريا الجنوبية وروسيا ودول أمريكا اللاتينية، حتى لا تكون السياحة المصرية أسيرة تأثر هذه الأسواق بنمط المعالجات الإعلامية الأجنبية غير المنصفة.

٤- مساندة قطاع السياحة المصري الخاص لحل المشكلات التي يواجهها سواء مع أجهزة حكومية أو فيما بين وحداته ذاتها أو من خلال وضع الإطار التنظيمي والتشريعي الكفيل بدفع حركته ورفع الأعباء عن كاهله وتقديم المزيد من الضمانات والمزايا والتيسيرات له، وفتح آفاق جديدة له لتوظيف استثماراته وتعظيم عوائدها.

٥- الاهتمام بالجودة السياحية وبمستوى الخدمات المقدمة للسائحين والمستثمرين والارتقاء بمهارات وقدرات العنصر البشري، وتطوير أدوات العمل داخل الوزارة وهيئاتها بتطوير واستحداث مراكز للمعلومات وربط هذه المراكز بشبكات المعلومات المحلية والإقليمية والدولية مثل الإنترنت.

٦- الاهتمام بتشجيع الاستثمارات السياحية الجديدة وفق خطة شاملة ترعى فكرة التكامل بين مشروعات كل مركز سياحي وترعى البيئة ومقتضيات الحفاظ على موارد مصر وثرواتها الطبيعية النادرة، لاسيما في البحار والصحاري لجعلها مصادر متجددة للدخل ولفرص العمل.

٧ـ الاهتمام بقضية الوعي المجتمعي العام بصناعة السياحة وفوائدها، وتعزيز السلوكيات الجاذبة لها، وجعل هذه الصناعة الكبرى تحتل أولوية متقدمة على أجندة العمل الوطني.

٨ـ الانفتاح على التطورات السياحية العالمية والاحتفاظ لمصر بدورها السياحي الرائد على المستوى الإقليمي، وكذا بدورها السياحي النشط عالميا لا سيما من خلال استضافة العديد من المؤتمرات والندوات السياحية العالمية، إضافة إلى ضرورة تنشيط دور مصر في منظمة السياحة العالمية.

وبناء على هذه الاستراتيجية تم إحياء اجتماعات المجلس الأعلى للسياحة الذي انعقد للمرة الأولى في يوليو عام ١٩٩٦ لبحث المشكلات التي تعوق عملية الترويج السياحي، وإصدار القرارات التي تعمل على تنشيط القطاع، كما اتخذ مجلس الوزراء عدة إجراءات لتنفيذ تلك الأهداف، من ضمنها ما يلي:

ـ توسيع دائرة مشاركة القطاع الخاص في المشروعات السياحية بطرح إنشاء وإدارة مطار مرسى علم، وتشجيع الاستثمارات في مجال الطرق، خاصة تلك المؤدية إلى المناطق السياحية والأثرية في الصحراء الغربية وامتدادات الوادي القديم ومحاور الربط مع ساحل البحر الأحمر.

ـ دعم البنية الأساسية في المناطق السياحية مثل تخصيص ٣٠٠ مليون جنية للانتهاء من مشروع خط مياه الكريمات والزعفرانة بالغردقة لتقديم حل جذري لمشكلة نقل المياه وارتفاع تكلفتها، الأمر الذي من شأنه المساعدة في تشغيل المنشآت السياحية الواقعة في هذه المنطقة والاستفادة من عوائدها لخدمة الاقتصاد القومي.

- خفض رسوم تأشيرات الدخول وإعادة النظر في التكاليف التي يتحملها السائح القادم إلى مصر، مما ساعد على زيادة الحركة السياحية.

- تيسير الإفراج المؤقت عن السيارات العابرة واليخوت بمد فترة الإعفاء إلى ٦ شهور وتخفيض الرسوم، الأمر الذي من شأنه أن يشجع الحركة السياحية القادمة من الدول العربية والدول التي تربطها بمصر خطوط برية وبحرية ودعم القدرة التنافسية للسياحة المصرية في مجال سياحة السيارات واليخوت.

- تطوير الخدمات الصحية والعلاجية خاصة في المناطق السياحية الجديدة والجاذبة للاستثمارات.

ومن ناحية أخرى، فقد عملت وزارة السياحة، لا سيما خلال فترة الرئيس مبارك ، قبل الشروع في تنفيذ استراتيجيتها، على بلورة إطار فكري يحكم حركتها في النهوض بالسياحة المصرية، وقد ارتكز هذا الإطار على المفاهيم التالية:

السياحة قاطرة التنمية في مصر:

كان طرح هذا الشعار الواقعي العملي يجسد بالفعل الهدف طويل الأجل لعملنا السياحي كله. فكل ما تملكه مصر من عناصر جذب سياحي ومزايا نسبية تمكنها من المنافسة العالمية في السياحة تسعى وزارة السياحة إلى حشد الوعي العام وعلى كافة المستويات التشريعية والتنفيذية من حول الشعار الذي يجب أن يترجم - بمقتضى ذلك - في التفكير والسلوك والسياسات والقرارات.

ويزيد من أهمية هذه الخاصية لصناعة السياحة كون الدخل السياحي دخلا اجتماعيا في جوهره تستفيد به شرائح عديدة من

المواطنين الذين يتعامل السائح معهم في الشارع والمتجر والبازار والتاكسي وغير ذلك. كما أن الإيرادات السياحية من العملات الحرة تسهم بشكل كبير في تحسين صورة ميزان المدفوعات حيث تؤدي تلك الإيرادات إلي وفورات في ميزان الخدمات يمكن استخدامها في تعويض العجز الذي قد يحققه الميزان التجاري نتيجة زيادة تكلفة الواردات علي عائد الصادرات. وتساهم تلك التدفقات بالنقد الأجنبي في تدعيم سعر العملة الوطنية في مواجهة العملات الأجنبية مع ما يرتبط بذلك من آثار إيجابية علي الاقتصاد القومي في مجمله.

السياحة إذاً قاطرة تسهم في خلق حالة من الرواج العام في الاقتصاد القومي.. ولعل أقرب الأمثلة العملية علي ذلك ما عانته الأسواق في مصر من كساد تجاري نتيجة انحسار الحركة السياحية الوافدة.

السياحة صناعة تصديرية :

تعبير اقتصادي دقيق حكم حركة الوزارة نحو إشاعة الوعي بقيمة وأهمية السياحة. فالسياحة هي في واقع الأمر صناعة كبرى بالغة الأهمية ترتبط بالعديد من الصناعات والخدمات المغذية لها، وتنطوي على استثمارات ضخمة يجعلها أكبر الصناعات المدرة للدخل، والتي تستقطب السائح ليستهلك في مصر وليحمل معه لدى عودته إلى بلده الكثير من منتجاتنا الزراعية والصناعية، بل والثقافية والفنية دون أن نتجشم عناء تصديرها إلى الخارج.

السياحة حالة اجتماعية :

بمعنى أن السياحة منتج نهائي لحالة المجتمع ككل، بكل ظروفه الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وهي نتاج القيم والسلوكيات السائدة بين أفراد المجتمع ولذلك فإن النهوض بها لا يصبح مسئولية جهة واحدة أو وزارة بعينها، بل مسئولية كافة أفراد

المجتمع سواء كانوا رعايا أو مسئولين، الأمر الذي يتطلب، فضلا عن الوعي الجماعي بأهمية هذه الصناعة، شبكة علاقات عامة قوية من أجل إزالة ما يعترضها من عقبات.

المكاشفة والمشاركة:

مبدأ أساسي التزمته الوزارة في عملها تحقيقا للشفافية والوضوح وتحقيقا للمشاركة في مسئولية القرار وتبعات تنفيذه. وتجلى تطبيق المبدأ منذ البداية عندما دعيت كافة الجهات المعنية بالسياحة إلى المشاركة في وضع خطة التنشيط لعام ١٩٩٤ ثم في تنفيذها ومتابعة وتقييم ما يتم من جهود في هذا الصدد. وبروح المكاشفة والمشاركة تم فتح الباب أمام كافة خبرات مصر في مختلف الوزارات والقطاع العام والخاص للمشاركة في الدورة التدريبية التي مهدت لشغل مكاتبنا السياحية الخارجية، ولم يتم اتخاذ قرار هام يؤثر على قطاع السياحة في مصر إلا بالتشاور مع أطراف هذا القطاع من اتحادات وغرف أو شركات سياحية. والتعاون والمشاركة وثيقة بين السياحة وكافة أجهزة الدولة والحكومة، وينهض السادة السفراء المصريون في الخارج بمهام ترويجية للسياحة المصرية، كما يشاركون في متابعة خطو الوزارة التسويقية.

٥ - معوقات تقدم السياحة

أما عن معوقات تقدم السياحة فقد حددت الدراسة التي أجراها معهد التخطيط القومي في نهاية التسعينيات ٢٦ معوقا يقف حائلا دون تقدم القطاع السياحي ووصوله إلي المستوي العالمي، ومن أهم هذه المعوقات ما يلي:

ـ عدم مواكبة العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع للعصر الحديث مما يتطلب بالضرورة تعديل هذه القوانين بما يؤدي إلي ازدهار ونمو هذا القطاع.

ـ عدم التفرقة بين الشركات السياحية من حيث تنظيمها وتعديل القانون ٣٨ لسنة ٧٧ المعدل بالقانون رقم ١١٨ لسنة ٨٣ بشأن تنظيم الشركات السياحية.

ـ تعدد وتضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة علي المشروعات السياحية مثل وزارة الدفاع والتعمير والثقافة والأشغال العامة والموارد المائية مما يؤدي إلي عرقلة المشروعات السياحية.

ـ كذلك تضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والمحليات حيث ينص القانون ٧٣ رقم ١ لسنة ٧٣ علي حظر إنشاء أو إقامة منشآت فندقية وسياحية أو استغلالها أو إدارتها إلا بترخيص من وزارة السياحة في حين ينص قانون الحكم المحلي علي تولي المحافظة بالاشتراك مع وزارة السياحة تحديد المناطق السياحية التي تقع فيها، وكذلك مغالاة بعض المحافظات في تحديد أسعار الأراضي التي تصلح للاستثمار السياحي مما يؤدي إلى هروب المستثمرين.

ـ وجود بعض الخلافات بين وزارة السياحة وبعض المحافظات وخاصة محافظة جنوب سيناء حول تبعية المناطق السياحية والإجراءات التي يجب علي المستثمرين اتباعها للسير في مشروعاتهم مما يؤدي إلي تأجيل بعض المستثمرين لتنفيذ مشروعاتهم حتى تتضح الصورة أمامهم.

ـ زيادة رسوم دخول المتاحف والمناطق الأثرية بنسب كبيرة من قبل المجلس الأعلى للآثار دون الرجوع إلي وزارة السياحة.

ـ افتقاد الكثير من المناطق السياحية إلي وجود مطارات دولية.

ـ عدم وجود خريطة لأولويات الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية وقد طالبت الدراسة بتخفيف القيود والإجراءات الخاصة بالاستثمار السياحي وسن القوانين والتشريعات التي تساعد علي جذب المزيد من الاستثمارات السياحية خاصة في المناطق السياحية الجديدة، وخفض الضرائب علي المشروعات السياحية.

ـ ضرورة الحد من سلطات المحليات في تحديد أسعار الأراضي الصالحة للاستثمار السياحي خاصة تنويع البرامج السياحية وإدخال أنواع جديدة من السياحة علي خريطة السياحة المصرية لجذب المزيد من السياحة مثل سياحة الحوافز وسياحة المؤتمرات والسياحة العلاجية وسياحة الصحاري.

ـ ضرورة القضاء علي الروتين والتعقيدات الإدارية المختلفة التي تعوق الاستثمار السياحي، وإحداث التنسيق اللازم بين وزارة السياحة والعديد من الجهات المشرفة علي المنشآت الفندقية.

ـ توافر الخرائط التي توضح أولويات الاستثمار السياحي في مختلف المناطق السياحية، والاهتمام بالتسويق السياحي وفتح أسواق سياحية جديدة لجذب السياح من آسيا وإفريقيا واستراليا، ورفع مستوي الوعي الشعبي بأهمية القطاع السياحي ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة.

وهناك من يطرح استراتيجية للتعامل مع وضع قطاع السياحة الحالي ومن أجل الارتقاء به، فلابد أن تعمل كل أجهزتها متعاونة متساندة، وفق سياسة شاملة هادفة تقوم على التغيير في المجالات التالية:

ـ تغييرا بالتوسع فى البنية التحتية اللازمة للسياحة فى مختلف المناطق السياحية.

ـ تغييرا فى المناطق الأثرية الرائعة التي تزهو بها مصر على معظم بلاد العالم بحيث تصبح معدة إعدادا كاملا لاستقبال السائحين من كل بقاع الأرض، ومزودة بكل ما يلزم لراحتهم وتثقيفهم، وجعل زياراتهم ذات متعة حسية وعقلية وروحية.

ـ تغييرا فى نظافة المدن الرئيسية والهامة سياحيا على الأقل.

ـ تغييرا فى الكتلة الإسكانية باستحداث طابع مصري للعمارة يلزم أصحاب العمارات باتباع ملامحه العامة.

ـ تغييرا فى سلوكيات الأشخاص برفع مستوى وعيهم السياحي، وتحويل اهتماماتهم على حسن استقبال السائحين، وإعادة كرم الضيافة الذى كان السمة المميزة لهم.

ـ تغييرا فى تخطيط المناطق السياحية تخطيطا علميا سليما، حتى لا تضيع أصولنا واستثماراتنا فى مشروعات سياحية لا تتواكب مع التطور العالمي الحادث فى الطلب السياحي، وبالتالي تصبح قصيرة العمر.

ـ تغييرا فى البيئة الطبيعية بتحسينها ومحاصرة التلوث الهوائي الذي استشرى بالتوسع فى المناطق الخضراء.

ـ تغييرا فى الإجراءات الحكومية المتعددة وتبسيطها أمام رجال الأعمال والمستثمرين المصريين وغير المصريين.

ـ تغييرا فى تعدد وازدواج جهات الاختصاص للقضاء على هذا التضارب.

ـ تغييرا فى نوعية ومستوى نظافة مياه الشرب، والاستمرار فى تحسين نوعية ومستوى الانتاج الزراعي من الخضراوات والفاكهة.

ـ تغييرا فى نظرتنا إلى السياحة العالمية وفهمنا لها، بالاعتراف بما يحدث فيها من متغيرات كيفية وكمية مستمرة واعتبارات المنافسة الدولية، وما يوجبه ذلك من تبنى الأسلوب العلمي بدراسات سوقية وتسويقية مستمرة، لكى يتم تخطيط وتنفيذ تسويقنا السياحي على أسس علمية وواقعية سلمية يمكن ان تحقق النتائج المتوقعة.

ـ تغييرا فى تنظيمنا السياحي ليواكب أحدث التطورات السياحية.

وعلى الجانب الآخر، فثمة معوقات عدة تعترض طريق تقدم السياحة وتحتاج إلى تدخل تشريعي، ويمكن الإشارة إلى بعض أمثلة منها على النحو التالي:

ـ تعديل بعض نصوص القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ فى شأن المنشآت الفندقية والسياحية، وبوجه خاص المادة الأولى التى تتولى تعريف المنشأة الفندقية والمنشأة السياحية، والمادة السادسة التي تنص على إعفاء المستوردات السياحية - سواء أكانت فنادق أو بواخر أو أتوبيسات أو مستلزمات بناء أو تجهيز المنشآت السياحية والفندقية - من الرسوم الجمركية والضرائب، والتي تتصادم مع نص المادة الرابعة من القانون رقم ١٨٦ لسنة ١٩٨٦ بشان الإعفاءات الجمركية والتى تقضى بتحصيل رسم موحد قدره ٥٪ على هذه المستوردات المعفاة.

ومن المعروف أنه قد طرأت على السياحة الدولية عدة متغيرات تجعل بعض نصوص هذا القانون غير مواكبة للعصر، ويتعين بالتالي تعديلها، وإن كان هذا التعديل يتطلب بعض الوقت لإتمام دراسة مشروعات التعديل ووضع الصياغة التشريعية الملائمة التى تسمح

بانطباق النصوص علـى مـا قـد يستجد مـن متغيرات، دون حاجـة إلى التعديلات المتلاحقة.

ـ تعديل القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ المعدل بالقانون رقم ١٨٨ لسـنة ١٩٨٣ بشان تنظيم الشركات السياحية، نظرا لضرورة مواجهـة التفرقـة بين الشركات المنظمة للرحلات السياحية والوافدة وبـين وكـالات السـفر والسياحة التى يقتصر نشاطها على الترتيبات الأرضية للأفواج السياحية وبين الشركات التي يقتصر كل نشاطها على الحج والعمـرة، فضـلا عـن ضرورة تنظيم نشاط الشركات التى تقوم بتسفير المصريين للخارج ووضـع ضوابط لها.

ـ تعديل القانون رقم ٨٥ لسنة ١٩٦٨ المعدل بالقانون رقم ١٢٤ لسـنة ١٩٨١ بإنشاء غرف سياحية وتنظيـم اتحـاد لهـا، والـذى قـام الاتحـاد المصري للغرف السياحية بدراسـة التعديـلات المطلوبـة فيـه، وتم وضـع مشروع بها وأرسل بالفعل الى وزارة السياحة.

ـ تعديل القانون رقـم ١١ لسـنة ١٩٩١ بشـان الضريبـة العامـة علـى المبيعات، حتى يتم إعفاء الخدمات السياحية باعتبـار السـياحة خدمـة تصديرية، أسوة بما هو متبع فى الدول السياحية المتقدمة.

ـ تعديل القوانين المختلفة المتعلقة بالصيد فى المياه الإقليمية، بحظـر اسـتخدام الدينـاميت أو الهـاربون، وتشـديد عقوبـات تدمـــير الشـعب المرجانية، وتشديد عقوبات ردم البحر فى المناطق السياحية والبنـاء فـى مساحة الشاطئ التى يتعين تركها خالية بعمق ١٠٠ متر من ضربة آخـر موجة.

ـ استصدار قانون السياحة الأساسي الذي يضـم السياسـة السياحيـة العامة لمصر التى وضعها المجلس القومي للإنتاج والشـئون الاقتصاديـة،

بما فى ذلك من أهداف وتنظيم وأساليب، فضلا عن النصوص الحاكمة لقطاع السياحة بكافة مكوناته، بالإضافة الى الظواهر المستحدثة المؤثرة، مثل نظام المشاركة فى الوقت time sharing وسياحة اليخوت وسياحة السيارات وسياحة الاهتمامات الخاصة، وغير ذلك مما يحتاج الى معالجات تشريعية.

أما عن مستقبل قطاع السياحة في مصر، فإن الأرقام تشير إلي أن السنوات الخمس القادمة ستشهد ثمار الطفرة الكبيرة في التنمية والاستثمار السياحي، وهي طفرة يحققها القطاع الخاص المصري في الجانب الأكبر، بالإضافة إلى قرابة ٢٥٪ من المشاركات الاستثمارية العربية والأجنبية في بعض المشروعات السياحية.

وإلي جانب ٥٩٠ فندقا وقرية سياحية توفر الطاقة الفندقية - وهي مازالت بعيدة تماما عن نقطة التشبع إذ لاتتجاوز٧٧ ألف غرفة - فقد بلغت جملة الارتباطات خلال السنوات الخمس الماضية٨١٢ مشروعا جديدا يجري تنفيذها حاليا. وبتكاليف استثمارية تصل الي٣٥ مليار جنيه، تضيف ١٣٠ ألف غرفة فندقية جديدة إلى طاقتنا الاستيعابية، وتتيح أكثر من٣٦٤ ألف فرصة عمل جديدة .

- وفي ضوء ما تملكه مصر من شواطئ(حوالي ٢٧٠٠ كيلو متر) ومن تنوع بيئي (بحار - صحاري - واحات - جبال - نهر النيل - محميات طبيعية) فقد تم وضع استراتيجية للتنمية السياحية في مصر حتىعام٢٠١٧ بعد دراسة متأنية لواقع الطلب السياحي العالمي ولاحتمالاته المستقبلية وفق بدائل طموحة ومتزنة وحذرة. ويتم التخطيط لمشروعات التنمية الجديدة وفق البديل المتزن الأقرب إلى الحذر إدراكا لحساسية صناعة السياحة وسرعة تأثرها بمجموعة كبيرة من العوامل

الداخلية والخارجيــة الـتي لا تخضـع بـالضرورة لسـيطرة صـانع القـرار السياحي.

ـ وفي ضوء هذا البديل المختار مـن المتوقـع تحقيـق ١٦ مليـون سـائح بحلول عام ٢٠١٧ وزيادة الليـالي السـياحية إلي١٣٠ مليـون ليلـة نتيجـة ارتفاع متوسط إقامة السائح من ٦,٥ ليلـة إلي ٨ ليـال/ سـائح، وبالتـالي توجد حاجة إلي التوسع في الطاقة الإيوائية المتاحة مـن الفنـادق والقـرى السياحية والبواخر النيلية بما يربو علي٣٠٠ ألف غرفــة مـع أن مجمـل الطاقة الايوائيــة في مصـر لـن تتجـاوز ٤٠٠ ألـف غرفـة عـام ٢٠١٧ ولا تتجاوز هذه الطاقة حاليا ٧٦ ألف غرفة وهـو مـا يعـني أن مصـر بعيـدة تماما عن نقطة التشبع.

وفي هذا الاطار أكد وزيـر السـياحة ـ الدكتـور ممـدوح البلتـاجي ـ أن مصر ماضية في تنفيذ برامجها المخططة القائمة علي دراسة جادة لحجـم العرض والطلب في المعادلة السياحية بالمعايير العالمية، مـع كـل التشـدد الواجب في حماية الموارد الطبيعية التي هـي أسـاس التنميـة المسـتدامة، فمصر لم تحصل بعد علي نصيبها العـادل مـن حركـة السـياحة العالميـة (والطاقة الفندقية هي الشرط البديهي الأول والذي لاغني عنه مـن أجـل ذلك). كما أن الهدف هو إيجاد فـرص عمـل دائمـة لمئـات الألـوف مـن الشباب، والسياحة تستدعي من قوة العمل (الشباب المتعلمـين خريجـي المعاهد العليا والجامعات). كما أنه ينبغـي تحقيـق مزيـد مـن التدفقـات بالعملـة الأجنبيـة تضـخ في شـرايين الاقتصـاد القومـي تدعيمـا لمـيزان المدفوعات ودعما لسعر صرف العملة الوطنية والمأمول مـن زيـادة الـرواج السياحي أن يتحقق رواج أوسع في جميع الصناعات والخدمـات المغذيـة والمكملة لصناعة السياحة ذات الأثر المضاعف المعروف اقتصاديا. ثـم أن قطاع السياحة يريـد أن يشـارك ـ وقـد بـدأت مشـاركته بصـورة رياديـة

الفصل الثالث :

الهيئات والمنظمات التابعة لوزارة السياحة :

نحو مزيد من الفعالية في إدارة السياحة ودعمها

أولاً : الهيئات التابعة لوزارة السياحة

يتبع وزارة السياحة ثلاث هيئات هي:

- الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة، وأنشئت عام ١٩٨١.
- الهيئة العامة للتنمية السياحية، وأنشئت عام ١٩٩١
- الهيئة العامة لمركز المؤتمرات، وأنشئت عام ١٩٩٠.

١ - الهيئة العامة المصرية لتنشيط السياحة:

كانت وزارة السياحة في ظل القرار الجمهوري رقم ١٩٥١ لسنة ١٩٧٤ الذي صدر بإعادة تنظيمها تشتمل على وكالة وزارة للتنشيط السياحي، وقد رأى بعض المسئولين في الوزارة ضرورة تحويل هذه الوكالة إلى هيئة عامة لضمان مزايا الاستقلالية في عملها وتطورها، فصدر القرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ بإنشاء الهيئة العامة للتنشيط السياحي، ودعا الأمر بعد ذلك إلى "إصدار القرار الجمهوري رقم ٧١٢ لسنة ١٩٨١ بإعادة تنظيم وزارة السياحة على ضوء إنشاء تلك الهيئة. أنشئت الهيئة العامة المصرية لتنشيط السياحة في عام ١٩٨١ بهدف العمل على زيادة عدد السائحين لمصر بعمل الدعاية وفتح مكاتب في البلاد المصدرة للسياحة والإشراف على الحملات الإعلامية في تلك البلاد وتوجيه شركات السياحة الأجنبية إلى أحسن السبل للعمل في مصر.

وينص القرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ على أن أهداف الهيئة هي رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية إلى مصر،

وإبـراز الصـورة الحقيقيـة لمـاضي مصـر الحضـاري ونهضتــها الحديثـة ومقوماتها السياحية المختلفة، والعمل على إزالة المعوقات الـتي تعـترض نمو الحركة السـياحية، وتشـجيع السـياحة الداخليـة، وزيـادة الوعـي السياحي وربط المواطنين بتراثهم.

لما كانت الهيئة العامة لتنشيط السياحة هي الجهــة المخولـة تنشـيط حركة السياحـة إلى مصر بصفة عامة، فقد نصت المادة الثالثة مـن القـرار الجمهوري، الذي يحدد أهداف الهيئة، على أن يكون للهيئة في سـبيل تحقيق أهدافها مباشرة أوجه النشاط التالية:

١ـ وضع تقويم شامل للمقومات السياحية المتوافرة في مصر.
٢ـ وضع خطط وبرامج تنشيط السياحة.
٣ـ القيـام بجميـع وسـائل الجـذب السـياحي إلى مصـر في الداخـل والخارج بكافة الطرق.
٤ـ تقديم المعونة الفنية والتسويقية والتعاون والمساهمة مـع الشـركات والمنشآت في مجال تنشيط السياحة.

ومنذ نشـأتها تقـوم الهيئـة العامـة لتنشـيط السـياحة بمجموعـة مـن الأنشطة الرئيسية في إطار تنفيذ المهام الموكلة إليها، وتمكنت من تحقيق بعض الإنجازات. ويمكن الإشارة إلى أهم الأنشطة التي قامت بها الهيئة فيما يلي:

١ - المشاركة في المؤتمرات السياحية:

تشارك الهيئة في كافة المؤتمـرات السـياحية الـتي تعقـد في مختلـف أنحاء العالم، وذلك بهدف إبـراز وتسـويق إمكانيـات مصـر السـياحية، حيـث تكـون المؤتمـرات مناسـبة جيـدة نظرا لاجتمـاع كافـة المـهتمين بالمجال السياحي. كما تعقد الهيئـة مؤتمـرات سـياحية في مصـر لـذات

الغرض. ونظرا لأهمية وتعاظم دور المؤتمرات في التعريف بالإمكانيات السياحية لبلد ما، فقد دخل القاموس السياحي مصطلح جديد هو "سياحة المؤتمرات"، والتي يطلق عليها أيضا سياحة العصر.

٢ـ التعاون مع قطاع الأعمال السياحي:

من خلال الوفود المشتركة والأجنحة الموحدة في المعارض والتجمعات السياحية الدولية (مثل مؤتمر الاستا، والـ ITB، و الـ EIBTM ، والـ ITIX).

٣ ـ التمثيل السياحي المصري في الخارج:

من خلال مكاتب السياحة الخارجية التابعة للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي، والمنتشرة في كل من أسواق أمريكا وكندا وأوروبا وشرق آسيا.

٤ـ تنظيم رحلات تعريفية لممثلي صناعة السياحة وأجهزة الإعلام الأجنبية:

ويتأتى ذلك باستضافة كبار الكتاب الصحفيين وممثلي أجهزة الإعلام وبعثات التصوير السينمائي والتليفزيوني من الأجانب المهتمين بالأنشطة السياحية، ويتم اختيارهم بالتعاون والتنسيق مع بعثات التمثيل الدبلوماسي المصري ومكاتب الهيئة بالخارج من الأسواق الهامة المصدرة للسائحين (مثل فرنسا وألمانيا وإيطاليا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية، واليابان) وتنظيم رحلات تعريفية لزيارة المناطق السياحية.

٥ ـ تنشيط الحركة السياحية من بلاد المهجر إلى البلد الأم:

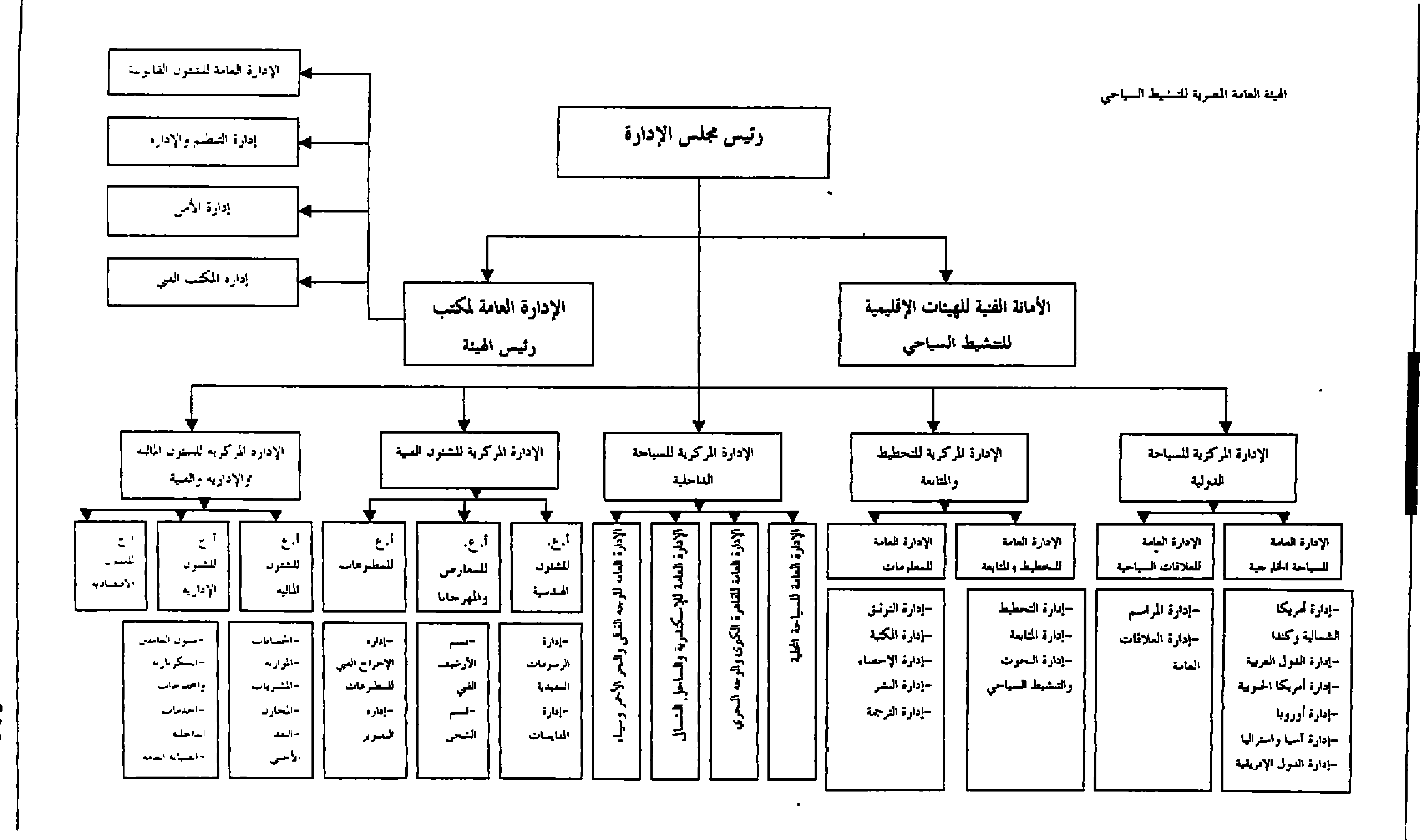
وتتم بالتعاون بين وزارة الخارجية، والمختصين بشئون الهجرة وشئون المصريين بالخارج للتحرك في قطاعات المهاجرين في كل من استراليا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية لربط المهاجرين بمصر.

٦ ـ التوسع في إعداد المطبوعات السياحية:

نظرا للتوسع في الأسواق السياحية الخارجية وما تتطلبه من إعداد وإنتاج للمواد الدعائية وتحديثها وإضافة واستحداث نشرات جديدة عن المناطق السياحية (القاهرة، الإسكندرية، الشواطئ، سيناء، البحر الأحمر، الأقصر، أسوان، الوادي الجديد، أبو سمبل، الواحات ومصر الوسطى، الآثار الإسلامية) وطبع شرائط مسموعة ومرئية عن المناطق السياحية الجديدة في سيناء والبحر الأحمر.

وللقيام بتلك المهام يوجد للهيئة مكاتب في خارج البلاد ومكاتب في المحافظات السياحية في مصر. وقبل عام ١٩٩٣ كانت المبالغ المخصصة للهيئة في الموازنة لا تمكنها من القيام بالمهام المفروضة عليها، وبعد وقوع الأعمال الإرهابية التي نتج عنها انخفاض واضح في أعداد السائحين، تم تخصيص مبلغ ٤٢ مليون دولار أمريكي للبدء في حملة تسويقية عالمية لتنشيط السياحة، إلا أن المبالغ التي أنفقت بالفعل في الفترة من ١٩٩٤/٤/١ حتى ١٩٩٦/٢/٢٧ لم تتجاوز ٢٩,٣ مليون دولار، أي نسبة تقل عن ٧٠٪ من جملة الاعتمادات المخصصة لعام ١٩٩٤، كما أن ما أنفق خلال الفترة من ١٩٩٤/٤/١ حتى ١٩٩٥/٦/٣٠ بلغ ١٨,٩ مليون دولار بنسبة ٤٥٪ من الميزانية المعتمدة وحوالي ٥٤٪ من اعتمادات وزارتي التخطيط والمالية وصندوق السياحة المخصصة للسياحة.

والمبالغ المنصرفة على التنشيط لا تزيد عن ٦,٥ دولار عن السائح الواحد الذي يأتي إلى مصر، وهذا المبلغ يقل بكثير عما تنفقه الدول الأخرى المنافسة في المنطقة، فإسرائيل تنفق ١٦ دولاراً للفرد وقبرص والمغرب تنفقان ١٠ دولارات، بينما تنفق لبنان ٨,٣ دولار عن كل سائح.



الهيئة العامة المصرية للتنشيط السياحي
رئيس مجلس الإدارة
الأمانة الفنية للهيئات الإقليمية للتنشيط السياحي
الإدارة العامة لمكتب رئيس الهيئة
الإدارة العامة للشئون القانونية
إدارة التنظيم والإدارة
إدارة الأمن
إدارة المكتب الفني
الإدارة المركزية للسياحة الدولية
الإدارة المركزية للتخطيط والمتابعة
الإدارة المركزية للسياحة الداخلية
الإدارة المركزية للشئون الفنية
الإدارة العامة للسياحة الخارجية
الإدارة العامة للعلاقات السياحية
الإدارة العامة للتخطيط والمتابعة
الإدارة العامة للمعلومات
الإدارة العامة للسياحة المحلية
الإدارة العامة للقاهرة الكبرى والوجه البحري
الإدارة العامة للإسكندرية والساحل الشمالي
الإدارة العامة للوجه القبلي والبحر الأحمر وسيناء
أ.ع. للشئون الهندسية
أ.ع. للمعارض والمهرجانات
أ.ع للمطبوعات
أ.ع للشئون المالية
أ.ع للشئون الإدارية
-إدارة أمريكا الشمالية وكندا
-إدارة الدول العربية
-إدارة أمريكا الجنوبية
-إدارة أوروبا
-إدارة آسيا واستراليا
-إدارة الدول الإفريقية
-إدارة المراسم
-إدارة العلاقات العامة
-إدارة التخطيط
-إدارة المتابعة
-إدارة البحوث والتنشيط السياحي
-إدارة الترتيق
-إدارة المكتبة
-إدارة الإحصاء
-إدارة النشر
-إدارة الترجمة
-إدارة الرسومات الهندسية
-إدارة المقايسات
-قسم الأرشيف الفني
-قسم الشحن
-إدارة الإخراج الفني للمطبوعات
-إدارة الصور

٢ - الهيئة العامة للتنمية السياحية:

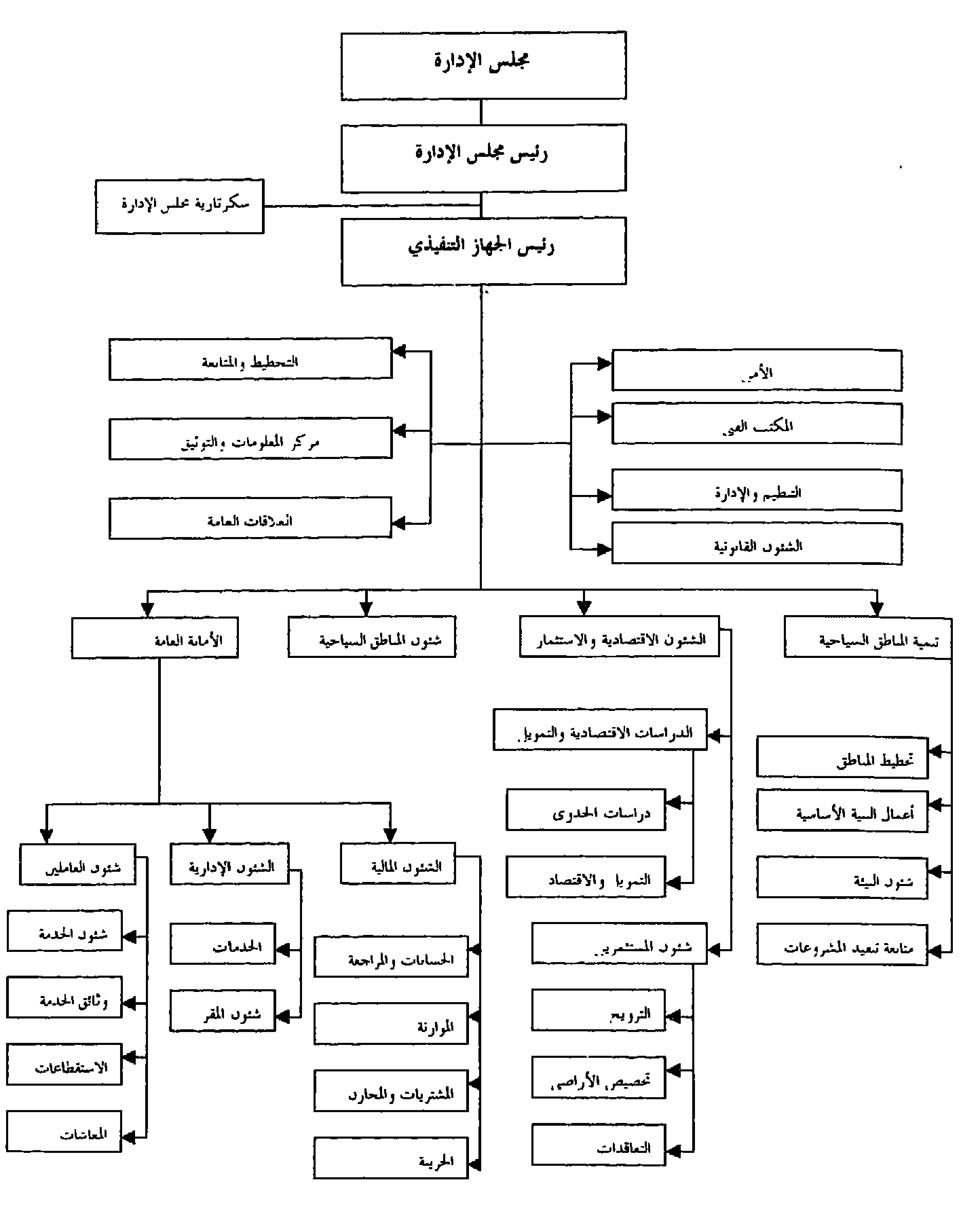
أنشئت الهيئة العامة للتنمية السياحية في عام ١٩٩١ وتتبع وزير السياحة. وقد جاء إنشاء الهيئة لمواكبة التطور الهائل في مجال التنمية السياحية على المستوى الدولي. وفي ضوء ما أبدته مؤسسات التمويل الدولية من الاستعداد لتوفير تمويل طويل الأجل للمساهمة في تنفيذ مشروعات التنمية السياحية خاصة البنية التحتية تقوم الهيئة بإدارة واستغلال - والتصرف في - ٠الأراضي التي تخصص لأغراض إقامة المناطق السياحية، وترويج المشروعات السياحية، واستقطاب رؤوس الأموال المحلية والأجنبية لزيادة الطاقة الإيوائية الفندقية بالمناطق السياحية الصحراوية الساحلية خارج كوردون المدن، مع توفير الأجهزة الفنية القادرة على وضع وتنفيذ خطط التنمية السياحية من خلال مجموعات متميزة من الاستشاريين والفنيين.

تنظيم الهيئة ومجلس إدارتها:

في إطار تنظيم الهيئة العامة للتنمية السياحية صدر القرار رقم ٣٧٤ لسنة ١٩٩١ بتنظيم الهيئة باعتبارها هيئة عامة اقتصادية لها الشخصية الاعتبارية، ومقرها الرئيسي القاهرة، وتتبع وزير السياحة، ويجوز إنشاء فروع للهيئة بالمحافظات.

أما بالنسبة لمجلس الإدارة، فإن المجلس يشكل برئاسة وزير السياحة وعضوية كل من محافظي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأسوان والمحافظ المختص عند نظر موضوعات المحافظة، وممثلي وزارات الدفاع والسياحة والمالية والنقل والتخطيط والتعاون الدولي والتعمير وقطاع البنوك ورجال الأعمال والقطاع الخاص السياحي.

الهيئة العامة للتنمية السياحية.



أهداف الهيئة العامة للتنمية السياحية:

١ـ تنفيذ الاستراتيجيات القومية للتنمية الشاملة للسياحة.

٢ـ تحديد أولويات مناطق التنمية والمشروعات.

٣ـ وضع الخطط والبرامج التفصيلية للتنفيذ وفقا لجداول زمنية محددة.

٤ـ إعداد مشروعات البنية الأساسية وتنفيذها والإشراف عليها.

٥ـ جذب الاستثمارات للتنمية الشاملة وتشجيع القطاع الخاص.

٦ـ عقد القروض الأجنبية والمحلية والالتزام بسدادها، وذلك في إطار القواعد المقررة.

٧ـ إدارة واستغلال والتصرف في الأراضي التي تخصص لأغراض إقامة المناطق السياحية من الأراضي الصحراوية.

ويتم تنفيذ هذه الأهداف مع حماية البيئة في إطار الخطة الشاملة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية. وتجدر الإشارة إلى أن الهيئة تعمل بالتعاون مع برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة UNDP.

بيان مشروعات الهيئة العامة للتنمية السياحية
المحدودة والمتكاملة حتى ١٩٩٨/٦/٣٠

المنطقة	عدد المشروعات	عدد مشروعات التنمية المحدودة	الطاقة الفندقية غرف	الإسكان السياحي وحدات	عدد مشروعات التنمية المتكاملة	الطاقة الفندقية غرف	الإسكان السياحي وحدات
خليج العقبة	١٨٣	١٧٦	١١٩٨٢	٩٠٤٥	٧	٣٧١	٢٨٠
البحر الأحمر	٢٣٥	١٨٣	٥٠٢١٧	٨٦٥٨	٥٢	١٩٥٢٩	٢٦٨
رأس سدر	٧٤	٦٩	١٢٦٤٠	١١٧٠٨	٥	٩٥٢	٣٦٣
العين السخنة	١٠٣	٩٨	١٢٦٣٤	١١٠٧٠	٥	٦٦٥	٣٤٣
الساحل الشمالي	٧	٣	٢٧٦٠	--	٤	--	--
العريش	١	١	٣٠٠	--	--	--	--
الإجمالي	٦٠٣	٥٢٩	٩٠٥٣٣	٤٠٤٨١	٧٣	٢٢٤٣٧	١٢٥٤

٣ـ الهيئة العامة لمركز المؤتمرات :

كانت بداية إنشاء الهيئة العامة لمركز المؤتمرات بموجب القرار الجمهوري رقم ٥٤٢ لسنة ١٩٨٨، والذي تضمن تحديد تبعيتها لوزير السياحة والطيران المدني، ثم صدر القرار الجمهوري رقم ٥٢٥ لسنة ١٩٨٩ بإعادة تنظيم الهيئة، واستهدف التعديل نقل تبعيتها لرئاسة الجمهورية، ثم صدر القرار رقم ١٢٦ لسنة ١٩٩٠ ببعض الأحكام الخاصة بالهيئة شملت تبعيتها لرئيس مجلس الوزراء. وقد بدأت الهيئة نشاطها من خلال مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات، ومع بداية الخطة الخمسية الثالثة (١٩٩٢/١٩٩٣) قامت الهيئة بإنشاء مجمع صالات العرض الملحق بالمركز بمساحة ٨٠٠٠ متر مربع مما ساهم في تدعيم مستوى استعداد المركز وإمكانياته في تنظيم واستقبال المناسبات التي لا تعقد عادة إلا في المراكز القادرة على الوفاء باحتياجاتها.

ومن أمثلة هذه المؤتمرات ما يلي:

- مؤتمر ومعرض الاتصالات (Africa Telecom) في أبريل ١٩٩٤.
- معرض السكان والتنمية في سبتمبر ١٩٩٤.
- مؤتمر منع الجريمة ومعاملة المذنبين في أبريل ١٩٩٥.
- الجمعية العمومية لمنظمة السياحة العالمية في أكتوبر ١٩٩٥.
- المؤتمر الدولي لطب الأطفال في سبتمبر ١٩٩٥.
- المؤتمر البرلماني الدولي في سبتمبر ١٩٩٧.
- المؤتمر الدولي للإعلان في مايو ١٩٩٨.
- المؤتمر العالمي للصحة والتربية البدنية في يوليو ١٩٩٩.
- معرض سفر دول البحر المتوسط في مارس ٢٠٠٠.
- معرض هيس لتجهيزات الفنادق في نوفمبر ٢٠٠١.
- المؤتمر الدولي لأمراض الدم في يناير ٢٠٠٢.

وقد حددت القرارات الصادرة بتنظيم الهيئة العامة لمركز المؤتمرات أن تلك الهيئة هي هيئة عامة لها شخصية اعتبارية تتبع رئيس مجلس الوزراء ومقرها مدينة القاهرة، ويجوز أن تنشئ لها فروعا في الداخل والخارج. يخصص للهيئة مركز المؤتمرات الدولي بمدينة نصر وما يخصصه لها رئيس الجمهورية من المراكز المماثلة وقاعات المؤتمرات. ومن ثم فإن الهيئة تختص بإدارة مركز المؤتمرات بمدينة نصر، الذي يعتبر أهم عنصر من عناصر سياحة المؤتمرات في مصر في الوقت الحاضر.

المؤتمرات والمعارض التي عقدت بمركز المؤتمرات ١٩٩١-١٩٩٨

العام المالي	مؤتمرات	معارض	مؤتمرات ومعارض	حفلات واحتفالات	إجمالي
٩١/٩٠	١٦	١	٠	٧	٢٤
٩٢/٩١	٤٦	٢	٣	٢٧	٧٨
٩٣/٩٢	٣٠	١٣	٣	١٣	٥٩
٩٤/٩٣	٤٤	٧	٢	٨	٦١
٩٥/٩٤	٤٣	١٢	٥	٣٥	٩٥
٩٦/٩٥	٣١	٢٣	٩	٤٤	١٠٧
٩٧/٩٦	٤٣	٢١	١٧	٤٨	١٢٩
٩٨/٩٧	٤٠	٢٩	١٣	٤٠	١٢٢

أهداف الهيئة العامة لمركز المؤتمرات :

١ـ إنشاء وإدارة واستغلال وصيانة مراكز المؤتمرات في مصر، سواء بنفسها أو من خلال الشركات المتخصصة أو ما تؤسسه من شركات بمفردها أو مع الغير لتحقيق أغراضها.

٢ـ تنشيط سياحة المؤتمرات والتسويق لها، وعقد الاجتماعات والمجالس الدولية والمحلية وجذبها وتشجيع عقدها في مصر.

٣ـ الإعداد للمعارض والندوات وعروض الفرق الفنية والموسيقية الأجنبية.

٤ـ العمل على زيادة السياحة الداخلية والخارجية.

وقد عقد فيها عدد كبير من المؤتمرات والمعارض والاحتفالات، كما هو موضح بالجدول السابق:

مجلس إدارة الهيئة:

يشكل مجلس إدارة الهيئة العامة لمراكز المؤتمرات برئاسة وزير السياحة وعضوية كل من:

ـ نائب رئيس مجلس الإدارة، ويكون رئيسا للجهاز التنفيذي للهيئة، ويصدر بتعيينه وتحديد معاملته قرار من رئيس مجلس الوزراء.

ـ أحد رؤساء القطاعات بكل من وزارات السياحة والإعلام والثقافة يختاره الوزير المختص.

ـ رئيس الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي.

ـ رئيس مجلس إدارة شركة مصر للطيران.

ـ مدير إدارة المؤتمرات بوزارة الخارجية.

ـ رئيس الهيئة العامة لشئون المعارض والأسواق الدولية.

ـ رئيس اتحاد الغرف السياحية.

ـ رئيس غرفة المنشآت الفندقية.

ـ عدد لا يزيد عن ثلاثة خبراء في مجال تنشيط سياحة المؤتمرات، ويصدر باختيارهم لمدة ثلاث سنوات وتحديد مكافآتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء بناء على اقتراح وزير السياحة.

ثانيا : المنظمات المتعاونة فى إدارة النشاط السياحى

١ - الاتحاد المصري للغرف السياحية :

أنشئ الاتحاد المصري للغرف السياحية عام ١٩٦٨ بهدف أساسي هو دعم القطاع السياحي والتصدي لحل المشكلات المتعلقة بالقطاع، وخاصة ذات الأثر السلبي على تقدمه، مع العمل على مراعاة المصالح المشتركة للنشاط السياحي من خلال تنسيق أعمال الغرف فيما بينها من جهة، ومع باقي الجهات المسئولة بالدولة من جهة أخرى. ويتركز عمل الاتحاد في ثلاثة محاور هي:

أولا: العمل على تطوير الأداء وحل المشكلات التي تعترض العمل السياحي عن طريق الأداء المتميز للجان الفنية المشتركة للاتحاد والغرف، بالإضافة إلى المساهمة في كافة الأنشطة الهادفة إلى تنمية الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر.

وذلك في إطار الأهداف الاستراتيجية التي وضعها الاتحاد للسير في تحقيقها، وهي:

- تحقيق التنمية السياحية في مصر.
- تعظيم الحركة السياحية إلى مصر.
- العمل على أن تتخذ صناعة السياحة في مصر مكانها الطبيعي كصناعة تصديرية على قمة الهرم الاقتصادي المصري.
- الارتقاء بجودة المنتج السياحي المصري.
- الاهتمام بالبيئة كأحد العناصر الرئيسية للتنمية السياحية الشاملة.
- تقوية روابط الاتحاد بالتنظيمات السياحية الدولية.

ثانيا: العمل على تنمية القوى البشرية العاملة بالقطاع السياحي، حيث يعتبر الاهتمام بتنمية الموارد البشرية أحد المفاتيح الرئيسية للنجاح في أية عملية تستهدف التنمية بوجه عام، فالإنسان هو في النهاية الهدف والأداة في ذات الوقت لكل جهود التنمية.

ثالثا: التصدي للانحسار المتكرر للطلب السياحي نتيجة الأحداث الإقليمية والدولية، مثل أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، وانتفاضة الأقصى بالأراضي المحتلة.

وبصفة عامة يمكن القول أن أهداف الاتحاد تحدد في:

- يرعى الاتحاد المصالح المشتركة للنشاط السياحي ويتولى تنسيق أعمال الغرف السياحية والشعب والفروع في المناطق السياحية المختلفة .
- يشرف على حسن سير هذه الهيئات ويعاون الحكومة في وضع الخطة السياحية للبلاد وتنفيذها ويبدي رأيه في التشريعات والنظم المتصلة بالسياحة .

وعلى وزارة السياحة أن تأخذ رأي الاتحاد في مشروعات القوانين والقرارات التنظيمية المتعلقة بالنشاط السياحي وبصفة خاصة السياسة المتعلقة بتحديد أسعار الإقامة ورسم الدخول وأسعار المأكولات والمشروبات وغيرها من الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية. فإذا لم يبد الاتحاد رأيه خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ وصول الإخطار إليه بطلب الرأي جاز للوزارة البت في الموضوع دون انتظار رأي الاتحاد.

• الجمعية العمومية للاتحاد المصري للغرف السياحية:

تشكل الجمعية العمومية للاتحاد على الوجه الآتي :

أ ـ مندوبون تنتخبهم الجمعيات العمومية للغرف السياحية من بين الأعضاء الذين ترشحهم كل غرفة بقرار من وزير السياحة .

ب ـ ثلاثة مندوبين عن وزارة السياحة يصدر باختيارهم قرار من وزير السياحة .

ج ـ مندوب عن المؤسسة المصرية العامة للسياحة والفنادق ويختاره مجلس إدارتها.

ويدعو مجلس إدارة الاتحاد الجمعية العمومية للانعقاد في مقره خلال النصف الأول من السنة المالية لسماع تقرير مراجعي الحسابات والموافقة على حسابات السنة والتداول في الموضوعات الواردة في جدول الأعمال. وتدعى الجمعية العمومية إلي اجتماعات غير عادية إذا رأى المجلس ذلك أو بناء على طلب مراجعي الحسابات، وإذا طلب ثلث أعضاء الجمعية دعوتها إلي الاجتماع، بشرط أن يبينوا أسباب ذلك كتابة في الطلب المقدم منهم كما يجوز ذلك لوزير السياحة في جميع الأحوال .

ويتولى رئيس الاتحاد رئاسة جلسة الجمعية العمومية للاتحاد وإدارتها وإعلان ما تصدره من قرارات، ويتولى رئاسة الجمعية العمومية في أول اجتماع لها أكبر الأعضاء سنا وتصدر القرارات بالأغلبية المطلقة لمن أعطوا أصواتهم فعلاً، وعند تساوي الأصوات يرجح الجانب الذي ينحاز له الرئيس.

*** مجلس إدارة الاتحاد :**

يتكون مجلس إدارة الاتحاد على الوجه التالي:

١ـ ستة أعضاء تنتخبهم الجمعية العمومية للاتحاد انتخاباً مباشراً.

٢ـ خمسة أعضاء يعينهم وزير السياحة على أن يكون من بينهم مندوب عن وزارة السياحة لا تقل درجته عن وكيل وزارة .

٣ـ رؤساء الغرف السياحية المشكل منها الاتحاد (٤ رؤساء). ويراعى أن يكون ثلثا أعضاء المجلس على الأقل من المصريين وتكون مدة العضوية ثلاث سنوات قابلة للتجديد.

ويشترط لصحة الانعقاد حضور ثمانية من أعضائه على الأقل، فإذا لم يكتمل العدد القانوني يعاد توجيه الدعوة إلي اجتماع آخر بعد أسبوع على الأقل من التاريخ المحدد للاجتماع الأول لنظر ذات الموضوعات الواردة في جدول الأعمال، ويكفي لصحة الانعقاد في هذه الحالة حضور ستة أعضاء، وتصدر القرارات بالأغلبية المطلقة للأعضاء الحاضرين وعند تساوي الأصوات يرجح الجانب الذي ينحاز له الرئيس، ويرفع الرئيس قرارات المجلس إلي وزير السياحة للاعتماد خلال عشرة أيام من صدورها، ولا تنفذ القرارات إلا بعد إعتماد الوزير، ويعتبر فوات ثلاثين يوماً على إرسالها إليه بغير اعتراض منه بمثابة اعتماد لها ، فإذا اعترض خلال المهلة المشار إليها لا ينفذ القرار إلا إذا تمسك به ثلثا أعضائه. ولوزير السياحة في جميع الأحوال دعوة المجلس للانعقاد .

• مكتب الاتحاد :

يتكون مكتب الاتحاد من الرئيس والمدير وثلاثة أعضاء ينتخبهم مجلس إدارة الاتحاد من بين أعضائه بالاقتراع السري بالأغلبية النسبية لأصوات الحاضرين. وإذا خلا محل عضو من الأعضاء المنتخبين ينتخب مجلس إدارة الاتحاد في أول اجتماع له عضو يحل محله، ويعاد تشكيل مكتب الاتحاد كلما أعيد تشكيل مجلس الإدارة.

• اختصاصات المكتب:

يجتمع المكتب بناء على طلب الرئيس ويختص بالآتي:

١ـ دراسة المشكلات التي تعرض على مجلس الإدارة والاتصال بالجهات المختصة في هذا الصدد.

٢ـ الإشراف على سير العمل في الاتحاد.
٣ـ البت في المسائل المتعلقة باشتراكات أعضاء الاتحاد وتنظيم مصالحهم المشتركة مع الاتحاد.
٤ـ وضع تقرير الميزانية وإدارة أموال الاتحاد.

• أموال الاتحاد:

تتكون أموال الاتحاد من:
١- اشتراكات الأعضاء.
٢- الهبات والوصايا والتبرعات التي يصدر بقبولها قرار من مجلس الإدارة.
٣- إيرادات الأموال المملوكة للاتحاد.
٤- إعانات الحكومة.

٢ - المجلس الأعلى للسياحة :

كانت بداية المجلس بموجب القانون رقم ٤٤٧ لسنة ١٩٥٣ بإنشاء مجلس السياحة الأعلى بوزارة الإرشاد القومي ـ باعتبارها الوزارة التابعة لها مصلحة السياحة آنذاك ـ وذلك بعضوية كل من وزير الداخلية، والمالية، والاقتصاد، والخارجية، والتجارة، والصناعة، والمواصلات، ومدير عام مصلحة السياحة، وخمسة أعضاء من المهتمين بالسياحة، على ألا يزيد مدة تعيينهم عن عامين. وللوزراء حق إنابة وكلاء وزارتهم بدلاً عنهم أو رؤساء المصالح فيها.

ثم صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٢١٩٢ لسنة ١٩٦٧ بتشكيل المجلس الأعلى للسياحة برئاسة وزير السياحة والآثار، وقد شمل قرار إنشاء المجلس إعادة تشكيل الاختصاصات والتي صدرت بالتنسيق بين

أعمال الوزارات والإدارات والمصالح وغيرها من الجهات التي يتصل عملها بشئون السياحة الخارجية والداخلية.

وفي عام ١٩٧٥ صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ١٤٨ بتنظيم المجلس الأعلى للسياحة برئاسة رئيس مجلس الوزراء، ثم صدر القرار الجمهوري رقم ٨١٠ لسنة ١٩٧٥ بإعادة تشكيل المجلس، واستهدف التعديل النص على أن يكون للمجلس أن يدعو لحضور اجتماعاته من يرى دعوته من المحافظين.

وفي عام ١٩٨٥ صدر القانون رقم ٢٢٦ بإعادة تنظيم المجلس الأعلى للسياحة واستهدف التعديل شمول القرار على تشكيل أمانة فنية دائمة للمجلس مع تحديد آليات التشكيل والاختصاصات لهذه الأمانة.

وفي عام ٢٠٠٠ صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٨٣ بإعادة تنظيم المجلس الأعلى للسياحة.

تشكيل المجلس الأعلى للسياحة :

يتشكل المجلس الأعلى للسياحة حاليا برئاسة وزير السياحة، وعضوية كل من:

- وزير الموارد المائية والري.
- وزير الدولة لشئون البيئة.
- وزير الدولة للتنمية المحلية.
- وزير النقل.
- وزير التخطيط.
- وزير الدولة للتعاون الدولي.
- رئيس المجلس الأعلى للآثار.
- رئيس مجلس إدارة مؤسسة مصر للطيران.

- رئيس هيئة ميناء القاهرة الدولي.
- رئيس مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للطيران المدني.
- رئيس مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي.
- رئيس مصلحة وثائق السفر والهجرة والجنسية.
- رئيس مصلحة الجمارك.
- رئيس الاتحاد المصري للغرف السياحية.
- رئيس غرفة المنشآت الفندقية.
- رئيس غرفة الشركات ووكالات السفر والسياحة.
- خمسة من ذوي الخبرة في التنمية السياحية يختارهم وزير السياحة.

وتتيح العضوية الواسعة للمجلس من الوزراء مناقشة صناعة السياحة ومستقبلها ودور كل وزارة من الوزارات الكثيرة المعنية التي تؤثر جهودها على السياحة، فالسياحة في النهاية ليست مسئولية وزارة السياحة وحدها، حيث أنه لابد من تضافر كافة الجهود من أجل تنفيذ السياسة العامة للدولة لتنمية السياحة، ويمثل المجلس الأعلى للسياحة بتشكيله الموجود فرصة جيدة لبحث مساهمات كافة الأطراف في تنفيذ استراتيجية تنمية السياحة وتذليل العقبات التي تعترض تلك العملية.

وقد نص القرار الجمهوري على أن يجتمع المجلس الأعلى للسياحة بصفة دورية مرة كل شهر. وقد اجتمع المجلس عدة اجتماعات منذ صدور القرار، ولكن ليس بصفة دورية، كما جاء بالقرارات التي اتخذها المجلس الأعلى اعتبار السياحة مرفقاً ذا طبيعة خاصة خارجة عن اختصاص المحليات والمحافظات المختلفة. وتجدر الإشارة إلى أن المجلس الأعلى للسياحة يشكل دائما بقرار من رئيس الجمهورية.

(قانون الحكم المحلي ١٩٧٩ والذي أدخل السياحة في اختصاص المحليات)

*** اختصاصات المجلس الأعلى للسياحة :**

١ـ اقتراح التشريعات والأنظمة والسياسات اللازمة للنهوض بحركة السياحة .

٢ـ اعتماد الخطط الموضوعة للمناطق السياحية الجديدة .

٣ـ العمل على حل المشكلات والمعوقات التي تواجه حركة السياحة في مصر.

٤ـ التنسيق بين كافة الجهات والوزارات في مصر في تنفيذ خطط التنمية السياحية وتحديد دور كل وزارة في تنشيط حركة السياحة في مصر .

٥ـ تشجيع القطاعات المختلفة والقطاع الخاص لأخذ دورهم في عملية وخطط التنمية السياحية .

٦ـ تقييم نشاط قطاع السياحة وإنجازاته.

٧ـ تقييم التجارب الناجحة في تنشيط حركة السياحة وتحديد مجالات الاستفادة منها.

٨ـ النظر في كافة الموضوعات التي يرى رئيس المجلس عرضها عليه بحكم اتصالها بالسياحة .

٣ـ شركات السياحة :

على الرغم من أنه لم يعرف عن المصريين حبهم للتنقل والسفر والهجرة، والذي يرجع في جزء كبير منه إلى عوامل تتعلق بالأوضاع

الاقتصادية، لا سيما وأن النشاط الرئيسي في مصر كان هو الزراعة، وهو النشاط الذي يتسم بالاستقرار وعدم وجود وسائل المواصلات الكافية. على الرغم من ذلك ونتيجة لما مرت به مصر من تحولات على المستوى الاقتصادي بداية من التحول الحثيث نحو الأخذ بالصناعة، ثم ما شهدته مصر من انفتاح اقتصادي منذ بداية عقد السبعينيات، وما تليه من الأخذ ببرنامج الإصلاح الاقتصادي منذ بداية التسعينيات وهو الأمر الذي انعكس في تحسن دخول المواطنين إلى حد بعيد، كما انعكس تحسن الوضع الاقتصادي على تحسن طرق ووسائل المواصلات، هذا إلى جانب الانفتاح المصري على العالم الآخذ في التزايد، كل ذلك مثّل بيئة مواتية لنشأة الشركات السياحية وتزايد عددها لاسيما في الفترة الأخيرة.

وينظم عمل الشركات السياحية القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ المعدل بقانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٨٣ واللائحة التنفيذية الصادر بها القرار الوزاري رقم ٢٢٢ لسنة ١٩٨٣ المعدل بالقرار الوزاري رقم ١٧٦ لسنة ١٩٩٠.

والشركة السياحية عبارة عن وسيط سياحي يعرض على السائح عدة بدائل من وسائل السفر والإقامة وأماكن الوصول مقابل عمولة بنسبة من قيمة تذاكر السفر ومن قيمة الإقامة بالفندق، وتعتبر الشركة السياحية في هذه الحالة مجرد وكيل وليست بائع تجزئة، فهي لا تبيع مكان الوصول (أ) بديلا عن مكان الوصول (ب) الذي يرغب السائح في زيارته، وذلك لأنها تسعى إلى زيادة الأرباح وتقليل التكلفة.

وقد تحولت بعض الشركات السياحية إلى تنظيم رحلات جماعية، وتحول بعضها إلى وكلاء ينظمون الرحلات. وقد تتم الرحلة من خلال وكالات السفر بالجملة والتجزئة، حيث تشتري أجزاء من رحلة من

بائعين مختلفين ويلي ذلك البيع إلى السائح بأسعار شاملة أعلى من الشراء، مما يعد استثمارا لمخزون الرحلات.

لقد صدر القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ بتنظيم الشركات السياحية، ثم عدل بالقانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٨٣ وتسري أحكامه على الشركات السياحية التي تقوم بكل أو بعض الأعمال التالية:
- تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل أو خارج مصر وفقا لبرامج محددة وتنفيذ ما يتصل بها من نقل وإقامة وخدمات أخرى.
- بيع أو صرف تذاكر السفر وتيسير نقل الأمتعة والحجز على وسائل النقل المختلفة والوكالة عن شركات الطيران والملاحة وغيرها.
- تشغيل وسائل النقل من برية وجوية وبحرية ونهرية بغرض نقل السائحين.
- ما قد يضيفه وزير السياحة إلى تلك الخدمات.

وتقوم الشركة السياحية بالخدمات المنوه عنها بترخيص من وزارة السياحة مقابل رسم وذلك طبقا للإجراءات الموضحة بالقانون واللائحة التنفيذية الصادرة بالقرار ٢٢٢ لسنة ١٩٨٣.

وقد أتى القرار رقم ٢٢٢ لسنة ١٩٨٣ والمعدل بالقانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٨٣ بغرض تنظيم عمل الشركات السياحية، وذلك على النحو التالي:

تتبع الإجراءات الآتية للحصول على ترخيص بمزاولة كل أو بعض الأعمال المنصوص عليها فى المادة ١ من قانون تنظيم الشركات السياحية.

١- التقدم بطلب مدموغ للإدارة العامة للشركات السياحية بالوزارة متضمناً الرغبة فى مزاولة الأعمال السياحية وموضحاً به البيانات الآتية :-

أ- نوع الشركة.

ب- نوع العمل السياحي.

ج- أسماء الشركات وعناوينهم وأرقام بطاقاتهم.

د- إسم الشركة.

هـ مقر الشركة.

و- رأس المال.

ز- إسم المدير المسئول عن الشركة مع توضيح خبرته السياحية.

٢- أداء رسم الترخيص إما نقداً أو بشيك باسم وزارة السياحة قدره :-

٥٠٠ جنيه للشركة المنصوص عليها فى البند (أ) من المادة ٢ من قانون تنظيم الشركات السياحية.

٤٠٠ جنيه للشركة المنصوص عليها فى البند (ب) من المادة المذكورة.

٣٠٠ جنيه للشركة المنصوص عليها فى البند (ج) من المادة المذكورة.

٣- تخطر الإدارة العامة للشركات السياحية مقدم الطلب بعد موافقة جهات الأمن لاستيفاء ما يلى :-

أ- صورة من عقد تكوين الشركة وملخصه المسجل والمشهر.

ب- صورة من صحيفة قيد الشركة بالسجل التجاري.

ج- صورة من الصحيفة الناشرة.

د- ميزانية افتتاحية موقعة من حاسب قانوني.

هـ- إيصال سداد التأمين المنصوص عليه في المادة ٤ فقرة (هـ) من قانون الشركات السياحية.

و- صحائف الحالة الجنائية للشركات المتضامنين والمدير المسئول والعاملين بالشركة.

٤- موافقة وزارة السياحة على وسائل النقل وذلك بالنسبة للشركات التي ترغب في تشغيل وسائل نقل سياحية.

وللوزارة أن تستطلع رأى غرفة الشركات السياحية بشأن الطلب المقدم لها بإنشاء شركة سياحية.

ويتحدد شكل الترخيص وفقاً للنموذج المرفق.

كما اشترط القرار عدة شروط لمقر تلك الشركات، فحتى يكون المقر صالحا للشركة لابد أن يكون في منطقة مناسبة لنوع العمل الذى تباشره الشركة، ولابد أن يكون في شقة مستقلة أو محل مستقل عن أى نشاط آخر، ويجب ألا تقل مساحة المقر في مجموعها عن ٦٠ متراً مربعاً ومساحة الفرع عن ٣٠ متراً مربعاً، وأن يكون المقر معداً ومؤثثاً تأثيثاً لائقاً لمزاولة العمل السياحي. وأضاف أنه يستثنى من الحكم المتقدم مقار الشركات وفروعها التي تنشأ في الفنادق أو النوادي أو الهيئات العامة أو شركات القطاع العام.

أما بالنسبة لمن يعين مديرا لتلك الشركات فلابد أن تكون له خبرة في العمل السياحي الذى تباشره الشركة لا تقل مدتها عن عشر سنوات إذا كان حاصلاً على مؤهل عال، منها أربع سنوات على الأقل في عمل مسئول بقطاع السياحة والطيران المدنى. وبالنسبة لغير الحاصلين على مؤهل عال، فيجب ألا تقل مدة خبرته في العمل السياحي الذى تباشره

الشركة عن خمسى عشرة سنة منها ست سنوات علـى الأقـل فـى عمـل مسئول بقطاع السياحة والطيران المدني.

ويشترك فيمن يعين مديراً لفرع ألا تقل مدة خبرته فى مجـال العمـل السياحي الذي تباشره الشركة عن سنتين إذا كـان حـاصلاً علـى مؤهـل عـال، وعـن خمـس سـنوات إذا كـان غـير حـاصل علـى هـذا المؤهــل. وبالنسبة للحاصلين على بكالوريوس من إحدى كليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية - قسم الدراسـات السـياحية - فتخصـم لهـم أربـع سنوات من مدة الخبرة المطلوبة، وتخصم سنتان للحـاصلين علـى دبلـوم الدراسات العليا فى السياحة من إحدى هذه الكليات.

وفى جميع الأحوال السابقة يتعين أن يكون العمـل المُكسـب للخـبرة المشار إليها فى هذه المادة قد تمت ممارسته بصفة أساسية منتظمة تنفـى منه وصف العرضية.

أن يكون متفرغاً لا يعمل فى أى جهة أخرى وأن يقتصر عملـه علـى شركة واحدة.

ويجوز لمدير الشـركة أن يكـون أيضـاً مديـراً لفرعـها الموجـود بنفـس المدينة التي بها المقر الرئيسي للشركة.وفى حالة خروج المدير المسئول أو وفاته، تستمر الشركة فى مباشرة أعمالها لحين تعيين مدير جديد وذلك لفترة لا تزيد عن ستة أشهر.

كما اشترط القرار ألا يقـل رأس المـال العـامل للشـركة عـن ٦٠٪ مـن رأس المال الكلى، وأن يتم سداد مبلغ التأمين المنصوص عليه فـى الفقـرة (هـ) من المادة ٤ من قانون تنظيم الشركات السياحية بالعملة المصريـة أو مـا يعادلهـا مـن العمـلات الأجنبيـة المقبولـة. ويـودع المبلـغ لـدى وزارة السياحة نقداً أو بخطاب ضمان معتمد من أحد البنوك المصرية.

كما أجاز القرار تعديل الترخيص بناءً على طلب يقدم في هذا الشأن موضحاً به نوع التعديل المطلوب، سواء كان متعلقاً بنشاط الشركة أو شكلها القانوني أو بتغير الشركاء المسئولين عنها وذلك بالنسبة لشركات الأشخاص أو بأي بيان آخر، مع ذكر أسباب التعديل وتقديم المستندات المؤيدة له. كما يجوز أن يتم التنازل عن الترخيص لشركة أخرى بناءً على طلب الشركتين ويشرط أن تتوافر فى الشركة المتنازل إليها جميع الشروط التي يتطلبها القانون لمنح الترخيص.

كما أكد القرار على ضرورة أن تخطر شركات السياحة الإدارة العامة للشركات السياحية بالوزارة مشروعات برامجها قبل بداية الموسم بوقت كاف للتحقق من التزامها بما يكون قد صدر من قرارات تحدد أسعار الخدمات التي تقدمها هذه الشركات. وللوزارة أن تبدى اعتراضها إن رأت محلاً لذلك، وفى هذه الحالة يتعين على الشركة المعنية تعديل مشروعاتها وفقاً للاعتراض.

ومن ناحية ثانية، أكد القرار على ضرورة أن تخطر الشركات السياحية الإدارة العامة للشركات بوزارة السياحة ببرامجها السياحية قبل تنفيذها بخمسة عشر يوماً على الأقل. وللوزارة أن تعترض على البرامج التي ترى مخالفتها للأحكام الواردة بقانون الشركات السياحية وهذه اللائحة، وفى هذه الحالة يتعين على الشركة المخالفة تعديل برامجها وتنفيذها وفقاً لما أبدى من اعتراض.

وأخيرا، أكد القرار على أن يجب ألا يجاوز حجم نشاط الشركة فى تصدير السائحين المقيمين للخارج سنوياً عشرين فى المائة من حجم نشاطها الإجمالي السنوي شاملا جميع الخدمات السياحية التي تقدمها للسائحين الوافدين، وأعمال النقل السياحي إذا كان ذلك يدخل فيما تمارسه من أنشطة السياحة الداخلية.

*** تطور أعداد شركات السياحة:**

في ظل القانون الحالي الذي ينظم العمل في الشركات السياحية (قانون ٣٨ لسنة ١٩٧٧ المعدل بقرار ١١٨ لسنة ١٩٨٣ والقرار الوزاري ١٧٦ لسنة ١٩٩٠) تصنف الشركات السياحية إلى مستويات مختلفة وفقا لما تزاوله من نشاط، ومن ثم يتباين رأس المال المستثمر فيها، وقد حدد القانون ثلاث فئات للشركات السياحية هي:

١ـ الفئة (أ) وهي متخصصة في مزاولة كافة مجالات النشاط السياحي.

٢ـ الفئة (ب) وهي متخصصة في إصدار وبيع تذاكر السفر بأنواعها الجوية والبحرية والبرية.

٣ـ الفئة (ج) وهي متخصصة في مجال النقل السياحي.

وقد بلغ عدد الشركات السياحية بفئاتها الثلاث في عام ١٩٩٧، ٨٩٢ شركة، على النحو الذي يوضحه الجدول التالي.

السنة	فئة أ	فئة ب	فئة ج	الإجمالي
١٩٨٥	٣٧١	٦٤	٦٧	٥٠٢
١٩٨٦	٤٢٥	٥٤	٦٧	٥٤٦
١٩٨٧	٤٨٢	٥٠	٥٧	٥٨٩
١٩٨٨	٥٢٩	٤٩	٥٩	٦٣٧
١٩٨٩	٥٨٣	٥٣	٥٩	٦٩٥
١٩٩٠	٥٩٤	٥٤	٦١	٧٠٩
١٩٩١	٦٠٧	٥٤	٦٠	٧٢١
١٩٩٢	٦٢٢	٤٩	٦٥	٧٣٦
١٩٩٣	٦٤٨	٥٠	٦٧	٧٦٥
١٩٩٤	٦٥٦	٥٠	٦٨	٧٧٤
١٩٩٥	٦٦٣	٥١	٧٧	٧٩١
١٩٩٦	٦٧٥	٥١	٩٠	٨١٦
١٩٩٧	٧١٦	٤٩	١٢٧	٨٩٢

ويوضح الجدول السابق اطراد أعداد الشركات السياحية عبر الفترة المذكورة، وهو الأمر الذي انعكس في النهاية في تزايد السائحين الوافدين إلى مصر ومن ثم عدد الليالي السياحية. كما أن ما سبق يؤكد الدور الهام الذي تلعبه تلك الشركات في الاقتصاد القومي وما ينتظرها من دور أهم في عملية التنمية السياحية. وبوجه عام فإن الشركات السياحية تساهم في الحياة الاقتصادية في مصر من خلال:

١- توفير حوالي ٥٠ ألف فرصة عمل في النشاطات التي تزاولها.

٢- امتلاك أسطول نقل بري لا تقل قيمته عن ١٢٠٠ مليون جنيه. كما تمتلك تلك الشركات فنادق ثابتة وعائمة وقرى سياحية تمثل في حد ذاتها وحدات اقتصادية متكاملة.

٣- الإسهام في الحملات التنشيطية السياحية التي تقوم بها الدولة عن طريق هيئة تنشيط السياحة.

٤- الإعلام لمصر بحضور المؤتمرات والمعارض السياحية الدولية والإقليمية.

٥- تدريب العاملين لزيادة الخبرة والتعاون مع المعاهد وكليات السياحة لتدريب الطلاب لإكسابهم المهارات الفنية المطلوبة.

ومن ناحية أخرى، فإنه يمكن تقسيم الشركات السياحية تبعا لانتشارها الجغرافي في محافظات مصر على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

المحافظة	فئة أ	فئة ب	فئة ج	الإجمالي
القاهرة	٤٣٦	١٦	٧٠	٥٢٢
الجيزة	١٣٥	٢	٢٠	١٥٧
الإسكندرية	٤٣	٣	٥	٥١
البحيرة	٩	١	-	١٠
القليوبية	١	-	١	٢
البحر الاحمر	٣	-	٣	٦
الدقهلية	٢١	٧	-	٢٨
المنوفية	٣	١	-	٤
الغربية	١٣	٦	-	١٩
السويس	١	-	-	١
كفر الشيخ	٩	٢	-	١١
اسوان	٣	-	٩	١٢
المنيا	١	١	٢	٤
بور سعيد	٥	-	-	٥
سوهاج	٥	٣	-	٨
بني سويف	-	-	-	--
قنا	٨	-	١٤	٢٢
اسيوط	١	١	-	٢
الإسماعيلية	١	-	-	١
الشرقية	١٧	٤	١	٢٢
دمياط	٢	١	-	٣
جنوب سيناء	-	-	٢	٢
شمال سيناء	-	-	-	--
الإجمالي	٧١٦	٤٩	١٢٧	٨٩٢

وهناك الكثير من الملاحظات يمكن أن تساق في مجال عمل الشركات السياحية في المجال السياحي في مصر، بعضها يختص بعلاقتها بوزارة السياحة والبعض الآخر يتعلق بالشركة نفسها، والبعض الثالث يتعلق بنطاق عمل هذه الشركات ذاته. وتتمثل أهم هذه الملاحظات فيما يلي:

١- لوزير السياحة أن يصدر قرارا بوقف قبول طلبات إنشاء شركات سياحية جديدة إذا رأت الوزارة في فترة من الفترات عدم حاجة البلاد إليها. م/٣ من القانون.

٢ـ لوزير السياحة أن يضع حدا أقصى أو أدنى لأسعار بعض الخدمات التي تقدمها الشركات السياحية. م/١٢ من القانون.

٣ـ إذا توقفت الشركة عن مزاولة أعمالها مدة ستة شهور بدون إذن كتابي من وزارة السياحة، وتعتبر الشركة متوقفة بدون إذن كتابي في حالة عدم إخطارها وزارة السياحة بكشوف خدماتها التي توضح أنشطتها لمدة ستة شهور رغم طلب الوزارة لهذه الكشوف كتابة. م/٢ فقرة ب/ في مجال إلغاء ترخيص الشركة.

٤ـ إذا لم يتجاوز حجم نشاط الشركة ضعف رأسمالها في نهاية السنوات الثلاث الأولى من تاريخ العمل بهذا القانون، بالنسبة للشركات القائمة وثلاث سنوات من بدء نشاطها، وذلك بالنسبة للشركات التي يرخص لها بعد هذا التاريخ، ويجوز بناء على طلب الاتحاد المصري للغرف السياحية مد هذه المدة لمدد أخرى بحد أقصى ثلاث سنوات. م/٢٥/ فقرة ط/ في مجال إلغاء ترخيص الشركة.

٥ـ مع مراعاة أحكام الفقرة ط من المادة ٢٥ من هذا القانون يتعين على الشركات القائمة في تاريخ العمل به تعديل أوضاعها المالية على النحو الوارد بالفقرة هـ من المادة السادسة منه، وذلك خلال ثلاث سنوات من هذا التاريخ، فإذا لم تقم بتعديل أوضاعها خلال هذا الأجل فلوزير السياحة أن يصدر قرارا مسببا بإلغاء الترخيص الممنوح لها. م/٣ من القانون.

٦ـ يجب ألا يجاوز حجم نشاط الشركة في تصدير السائحين المقيمين للخارج سنويا عشرين في المائة من حجم نشاطها الإجمالي السنوي شاملا جميع الخدمات السياحية التي تقدمها للسائحين الوافدين، وأعمال النقل السياحي إذا كان ذلك يدخل فيما تمارسه من أنشطة السياحة الداخلية. م/١٣ من اللائحة التنفيذية.

أما عن الملاحظات التي ترد على نطاق عمل الشركات بصفة عامة، فإنه يمكن القول أن هناك ملاحظتين رئيسيتين تنعكسان بالسلب على مستوى السياحة المصرية بوجه عام:

- رغم أن عدد شركات السياحة في مصر وصل حتى عام ٢٠٠٠ إلى أكثر من ٩٣٠ شركة سياحية، منها أكثر من ٦٠٠ شركة سياحة عامة بالإضافة إلى شركات نقل وشركات حجز تذاكر، فإنه لا يعمل من هذا العدد أكثر من ٥٠ شركة في مجال السياحة الوافدة، في حين تعمل باقي الشركات في مجالات السياحة الأخرى مثل السياحة الدينية والسياحة الداخلية والسياحة الطاردة.

- وإلى جانب قلة عدد شركات السياحة العاملة في مجال السياحة الوافدة، فإن دور هذه الشركات يقتصر تقليديا على كونها وكلاء للشركات الأجنبية لتنفيذ الخدمات السياحية الأرضية في مصر، وحتى هذا الدور المحدود تقلص بالنسبة لمعظم هذه الشركات بعد أن لجأت الشركات الأجنبية إلى الاتصال والتعاقد مباشرة مع موردي الخدمات السياحية. وسوف يتقلص هذا الدور الذي تقوم به الشركات المصرية أكثر وأكثر بدخول الشركات العالمية إلى سوق السياحة بعد تنفيذ اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات سنة ٢٠٠٥.

- أظهرت الأزمات التي حدثت لصناعة السياحة في مصر على فترات مختلفة ضعف شركات السياحة المصرية، وعدم مقدرتها على زيادة حجم أعمالها نتيجة عدم خبرتها وعدم وجودها في الأسواق المصدرة للحركة السياحية إلى مصر، ومن ثم واجهت هذه الشركات أزمات حادة وضعت بعضها على حافة الإفلاس.

٤ ـ الغرف السياحية :

أنشئت الغرف السياحية والاتحاد الخاص بها بموجب القانون، حيث ينظمها عدة قوانين وقرارات مثل القرار الوزاري رقم ١ لسنة ١٩٦٩ والقرار الوزاري رقم ٢١٦ لسنة ١٩٩٠. وتنقسم الغرف السياحية إلى ما يلي:

وقد نص القرار الوزاري ٩١ لسنة ١٩٦٩ على ما يلي:

١ ـ تنشأ الغرف السياحية على النحو الآتي:

أ ـ غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة :

وتشمل جميع المنشآت التي تقوم بالأعمال والخدمات السياحية والمرخص لها بذلك من وزارة السياحة.

ب ـ غرف المنشآت الفندقية :

وتشمل الفنادق السياحية والبنسيونات والاستراحات السياحية والبيوت المفروشة المرخص لها باستقبال السياح والمواطنين .

ج ـ غرفة المحال العامة :

وتشمل المحال العامة التي تستقبل السياح والمواطنين كالمطاعم والكازينوهات والملاهي والكباريهات والبوفيهات والحانات والمقاهي وغيرها من المحال التي تقدم المأكولات والمشروبات بقصد استهلاكها في ذات المحل.

د ـ غرفة محال العاديات والسلع السياحية :

وتشمل المنتجات النحاسية والمصنوعات الجلدية والخشبية والأشغال اليدوية وغير ذلك من التحف والمصنوعات التذكارية.

٢ـ تشكل الجمعية العمومية للاتحاد المصري للغرف السياحية من ١٠٠ عضو تنتخبهم الجمعيات العمومية للغرف السياحية من بين الأعضاء الذين ترشحهم كل غرفة وفقا للتوزيع الآتي:

أ ـ غرفة شركات ووكالات السفر السياحة - ٣٠ مندوبا.

ب ـ غرفة المنشآت الفندقية - ٣٠ مندوبا.

ج ـ غرفة المحال العامة - ٢٥ مندوبا.

دـ غرفة محال العاديات والسلع السياحية - ١٥ مندوبا.

٣ـ تعرض اللائحة الأساسية المشتركة للغرف السياحية على مجلس الاتحاد من أول اجتماع له.

٤ـ على الغرف السياحية أن تنتهي من انتخاب مندوبيها لدى الجمعية العمومية في خلال شهرين من تكوين الجمعيات العمومية للغرف، وعلى الجمعية العمومية للاتحاد أن تفرغ انتخاب مجلس إدارته في خلال شهر.

٥ـ يتولى السيد وكيل وزارة السياحة لشئون الرقابة السياحية الإشراف على تشكيل الجمعيات العمومية للغرف السياحية وللاتحاد المصري للغرف السياحية ومجلس إدارة الاتحاد وذلك عن طريق الإدارات المختصة التابعة له وإخطار المنشآت السياحية بتكوين غرفها.

• أهداف الغرف السياحية:

تقوم الغرف السياحية بالأساس لمتابعة نشاط أعضائها والتنسيق فيما بينهم، كما أنها تمثلهم لدى السلطات العامة والمنظمات، وهو الأمر الذي ينعكس بدوره على تنمية وتنشيط السياحة في مصر ورفع كفايتها ومستوى الأداء فيها.

*** شروط الانضمام إلي الغرفة :**

- يجب على المنشأة التي لا يقل رأسمالها عن عشرة آلاف جنيه، أن تنضم إلي الغرفة السياحية الخاصة بالنشاط السياحي الذي تمارسه، ويجوز للشركات المالكة والشركات التي تدير مثل هذه المنشآت، وكذلك للمنشأة التي يقل رأسمالها عن عشرة آلاف جنيه أن تنضم إلي عضوية الغرفة بعد موافقة مجلس إدارتها .

- يختار الممثل القانوني للمنشأة المنضمة إلي عضوية الغرفة من يمثلها لدى الغرفة ويلتزم الممثل بتقديم خطاب معتمد يبين صفته.

*** أموال الغرفة :**

تتكون أموال الغرفة من:

١- الاشتراكات التي تفرضها الغرفة على أعضائها بمقتضى قرارات تصدر من مجلس إدارتها ، وبمراعاة رأسمال المنشأة وعدد العاملين بها.

٢- إعانات الحكومة.

٣- الهبات والوصايا التي يقرها مجلس الإدارة والتي يصدر بقبولها قرار من وزير السياحة.

٤- الإيرادات التي تحصل عليها الغرفة من أملاكها العقارية أو المنقولة أو أنشطتها.

- العقوبة التي تقع على المنشأة من جراء عدم سداد الاشتراكات التي تفرضها الغرفة على أعضائها:

تلزم المنشأة العضو بسداد الاشتراكات التي يقررها مجلس إدارة الغرفة خلال الفصل الأول من السنة المالية، ويلتزم الأعضاء الجدد بسداد كامل اشتراكاتهم عن السنة الجارية خلال شهر من تاريخ

مزاولتهم نشاطهم أو قبول عضويتهم أياً كان تاريخ بدء النشاط أو قبول العضوية، ولمجلس إدارة الغرفة أن ينذر المنشأة العضو التي تخلف عن السداد أو أن يطلب من وزير السياحة توقيع أحد الجزاءات التالية :

١- إيقاف نشاط المنشأة لمدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ثلاثة أشهر.
٢- سحب الترخيص لمدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد عن اثني عشر شهراً .
٣- شطب المنشأة من عضوية الاتحاد .

وعلى الغرفة في جميع الأحوال إبلاغ المنشأة بصورة من قرار الجزاء فور إصداره، وللمنشأة أن تتظلم من جميع القرارات الصادرة من الغرفة بشأنها إلي مجلس إدارة الاتحاد خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إخطارها بالقرار، وترسل صورة من تظلمها لكل من الغرفة ووزارة السياحة ، وعلى الاتحاد أن يفصل في التظلم خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ وصول التظلم إليه وأن يخطر كلا من الغرفة والمنشأة والوزارة بنتيجة الفصل في التظلم.

ويجوز للمنشأة العضو التي لا تسمح أحوالها المالية بدفع الاشتراكات أن تطلب من مجلس إدارة الغرفة تقسيطها أو تخفيضها أو الإعفاء منها لمدة محددة، ولمجلس الإدارة بعد بحث الطلب ومبرراته أن يقبله أو يرفضه.

*** مجلس إدارة الغرفة :**

يكون للغرفة مجلس إدارة يتكون من إثنى عشر عضواً تنتخب الجمعية العمومية للغرفة ثمانية منهم من بين المرشحين من أعضائها بطريق الاقتراع السري، ويعين وزير السياحة الأربعة الباقين من بين ممثلي المنشآت السياحية المنضمة.

وطبقاً للقرار الوزاري رقم ٢٢٤ لسنة ١٩٩٠ يكون تمثيل المنشآت المنتمية إلي الغرفة السياحية أو المجموعات المتماثلة منها للنشاط أو المستوى عند إجراء انتخابات مجالس إدارة الغرف على النحو التالي:

أولاً: غرفة الشركات السياحية:

٦ (ستة أعضاء) يمثلون شركات السياحة العامة (أ).

١ (عضو واحد) يمثل شركات بيع وصرف تذاكر السفر (ب).

١ (عضو واحد) يمثل شركات النقل السياحي (ج).

ثانياً: غرفة المنشآت الفندقية:

٣ (ثلاثة أعضاء) يمثلون فنادق الخمس والأربع نجوم.

٢ (عضوان) يمثلان فنادق الثلاث نجوم والنجمتين والنجمة الواحدة.

١ (عضو واحد) يمثل الفنادق العائمة.

١ (عضو واحد) يمثل القرى السياحية .

١ (عضو واحد) يمثل الشركات المالكة للمنشآت الفندقية .

ثالثاً : غرفة المنشآت السياحية:

٤ (أربعة أعضاء) يمثلون المنشآت الخمس نجوم .

٢ (عضوان) يمثلان المنشآت الأربع نجوم.

٢ (عضوان) يمثلان المنشآت الثلاث نجوم والنجمتين والنجمة الواحدة

رابعاً: غرفة محال السلع السياحية:

تمثل جميع المنشآت المنتمية إلي هذه الغرفة دون أي تخصيص، ويتم حساب عدد الأصوات في اجتماعات الجمعية العمومية للغرف السياحية وعند إجراء انتخابات مجلس إدارة الغرفة ومندوبيها في الجمعية العمومية للاتحاد المصري للغرف السياحية على النحو التالي:

١ـ غرفة الشركات السياحية :

يعتد بالنسبة للشركات السياحية رقم الأعمال الذي حققته بالنسبة للسياحة الوافدة إلي مصر حسب آخر ميزانية معتمدة كالآتي:

حجم أعمال الشركة	عدد الأصوات
أقل من مليون جنيه	١
أكثر من مليون وأقل من مليونين	٢
من ٢ إلى ٣ ملايين	٣
من ٣ إلى ٤ ملايين	٤
من ٤ إلى ٥ ملايين	٥
من ٥ إلى ٦ ملايين	٦
من ٦ إلى ٧ ملايين	٧
من ٧ إلى ٨ ملايين	٨
من ٨ إلى ٩ ملايين	٩
من ٩ إلى ١٠ ملايين	١٠

٢ـ غرفة المنشآت الفندقية :

يعتد بالنسبة للمنشآت الفندقية بمستواها وحجم طاقاتها معها وذلك على النحو التالي :

فئات الفنادق	عدد الأصوات
٥ نجوم	٥
٤ نجوم	٤
٣ نجوم	٣
٢ نجمتان	٢
نجمة	١

ومن ناحية ثانية، فإن الفنادق التي يبلغ حجم طاقتها أكثر من ٥٠٠ غرفة يكون لها ٥ أصوات إضافية، والفنادق التي يبلغ حجم طاقتها من ٣٠١ إلي ٥٠٠ غرفة لها ٤ أصوات إضافية، والفنادق التي

يبلغ حجم طاقتها من ٥١٥ إلي ٣٠٠ غرفة لها صوتان إضافيان، أما الفنادق التي يبلغ حجم طاقتها ١٥٠ غرفة فأقل فلا توجد أصوات إضافية لها.

٢ـ غرفة المنشآت السياحية:

يعتد بالنسبة للمنشآت السياحية بمستواها على النحو الآتي:

فئات المنشأة السياحية	عدد الأصوات
٥ نجوم	١٠
٤ نجوم	٧
٣ نجوم	٥
٢ نجمتان	٢
نجمة	١

أما بالنسبة لغرفة محال السلع السياحية، فإنه يكون لكل منشأة عضو بهذه الغرفة صوت واحد.

وتجدر الإشارة إلى أنه يجب أن يجتمع مجلس إدارة الغرفة عشر مرات على الأقل كل سنة بشرط ألا تتجاوز الفترة بين أي اجتماعين ثلاثة أشهر ويجتمع المجلس بدعوة من رئيسه أو بناء على طلب كتابي من ثلث أعضاء المجلس ويكون الاجتماع صحيحاً إذا حضره أكثر من نصف عدد الأعضاء، فإذا لم يكتمل النصاب القانوني للاجتماع يدعى المجلس للاجتماع بعد أسبوع على الأقل من تاريخ الاجتماع الأول لنظر جدول الأعمال المؤجل ويكون انعقاد المجلس في هذه الحالة صحيحاً إذا حضره ثلث عدد الأعضاء على الأقل.

وتصدر قرارات المجلس بالأغلبية المطلقة لأصوات الحاضرين، وعند تساوى الأصوات يرجح الجانب الذي منه الرئيس.

يكون لوزير السياحة مندوب أو أكثر لدى الغرفة، ويجب لصحة اجتماعات مجلس الإدارة أن يدعى إلي كل اجتماع، وله أن يشترك في المداولات دون أن يكون له صوت معدود.

*** اختصاصات مجلس الإدارة :**

يختص مجلس الإدارة بوضع السياسة العامة للغرفة، ويحدد الخطة اللازمة لتنمية النشاط السياحي ومعالجة مشاكله والاتصال بالسلطات المسئولة، وله في سبيل ذلك:

١ـ إصدار القرارات واللوائح المتعلقة بالشئون الداخلية والإدارية والمالية والفنية وشئون العاملين بالغرفة، وذلك في حدود اللائحة الداخلية والمالية للغرفة التي تعتمدها الجمعية العمومية.

٢ـ إعداد مشروع الموازنة السنوية والحساب الختامي .

٣ـ النظر في كل ما ترى السلطات عرضه من مسائل تتعلق بأعمال الغرفة .

يعين مجلس الإدارة أمين عام للغرفة ويحدد اختصاصاته ومكافآته السنوية، ويختار المجلس من يحل محله في حالة غيابه، ويحضر الأمين العام اجتماعات هيئة المكتب ومجلس الإدارة دون أن يكون له صوت معدود.

ويتولى الأمين العام للغرفة تحت إشراف رئيس مجلس الإدارة تصريف شئونها وعلى الأخص:

أ ـ تنفيذ قرارات مجلس الإدارة.

ب ـ الإشراف على أعمال العاملين في الغرفة.

ج ـ تحضير مشروع موازنة الصرف وحسابها الختامي.

د ـ اعتماد أوامر الغرف الخاصة وذلك في حدود المبالغ التي يقرها مجلس الإدارة.

هـ ـ التفتيش دورياً على العاملين وموظفي الشعب والفروع وتقديم تقارير بوقائع التفتيش على أعماله لهم.

تبلغ قرارات مجلس إدارة الغرف مصحوبة بمحضر الجلسة إلي وزير السياحة خلال عشرة أيام على الأكثر من تاريخ صدورها. ولوزير السياحة أن يعترض على هذه القرارات خلال أسبوعين من تاريخ إبلاغه بها، فإذا انقضت هذه المدة دون اعتراض اعتبرت نافذة، ولا ينفذ القرار المعترض عليه إلا إذا تمسك به المجلس بأغلبية ثلاثة أرباع أعضائه.

• حالات إسقاط العضوية:

تسقط عضوية مجلس الإدارة عن العضو في الحالات الآتية:

أـ إذا تخلف عن حضور اجتماع المجلس ثلاث مرات متتالية أو ست مرات خلال السنة دون عذر يقبله المجلس ، ويعد الانسحاب من اجتماع المجلس غياباً بدون إذن أو عذر مقبول .

ب ـ إذا اتصل غيابه عن اجتماعات المجلس ست مرات متتالية ولو كان ذلك بعذر مقبول.

ج ـ إذا زال عن العضو النشاط الذي انتخب أو عيِّن من أجله أو على أساسه ويجوز بقرار من مجلس الإدارة أن يطلب من الجمعية العمومية للغرفة فصل عضو مجلس الإدارة المنتخب الذي يتكرر منه صدور تصرفات أو أفعال يعتبرها المجلس ماسة بكرامته أو بحسن سير العمل بالغرفة.

أما بالنسبة للأعضاء المعينين، فيعرض على وزير السياحة طلب فصلهم لأحد الأسباب السابقة.

*** ميزانية الغرفة:**

- يكون للغرفة ميزانية مستقلة، وتبدأ السنة المالية للغرفة في أول يوليو من كل عام وتنتهي في آخر يونيو من السنة التالية.

ويجب عرض مشروع الموازنة التقديرية على مجلس الإدارة لإقرارها قبل شهر على الأقل من تاريخ العمل بها.

- يراجع حسابات الغرفة وحالتها المالية مراجع حسابات أو أكثر تختاره الجمعية العمومية من غير أعضاء مجلس الإدارة.

- تعرض الغرفة حسابها الختامي عن السنة المالية المنقضية على وزير السياحة لاعتماده خلال ثلاثة أشهر من تاريخ انتهاء السنة المالية.

*** الجمعية العمومية:**

- تتكون الجمعية العمومية للغرفة من جميع أعضائها ويرأسها رئيس مجلس الإدارة أو نائبه في حالة غيابه، وعند غيابها يرأسها أحد أعضاء مجلس الإدارة يختاره المجلس .

- تعقد الجمعية العمومية العادية للغرف في النصف الأول من السنة المالية وتختص بما يأتي:

- انتخاب أعضاء مجلس الإدارة ومندوبي الغرفة في الجمعية العمومية للاتحاد .
- اعتماد اللائحة الداخلية والمالية للغرفة وتعديلاتها .
- النظر في التقرير السنوي لمجلس الإدارة .
- اعتماد تعيين وتحديد مكافآت مراجع أو أكثر للحسابات .
- الموافقة على الميزانية والحساب الختامي.

- تعقد الجمعية العمومية اجتماعات غير عادية بدعوة من مجلس الإدارة أو من رئيسه أو بناء على طلب مراجع الحسابات أو إذا طلب ثلث أعضاء الجمعية العمومية دعوتها إلي الاجتماع بشرط أن يبينوا أسباب كتابة الطلب المقدم منهم.

- ويجوز لوزير السياحة دعوتها لاجتماعات غير عادية.

- تكون اجتماعات الجمعية العمومية صحيحة إذا حضرها نصف عدد الأعضاء فإذا لم يكتمل هذا العدد يؤجل الاجتماع إلي موعد آخر ، ويكون الاجتماع صحيحاً بحضور أي عدد من هؤلاء الأعضاء، وتصدر القرارات بالأغلبية المطلقة لأصوات الحاضرين إلا إذا كان القرار متعلقاً بطلب فصل عضو مجلس الإدارة فيجب موافقة ثلثي الأعضاء الحاضرين.

- لا يجوز أن يشارك في حضور اجتماعات الجمعية العمومية أو في الترشيح لعضوية مجلس إدارة الغرفة أو الاشتراك في الانتخابات التي تجريها الغرفة والإدلاء فيها بالأصوات سوى ممثل المنشأة المعتمد ويشترط أن تكون المنشأة قد أدت جميع الاشتراكات المستحقة للغرفة قبل أربع وعشرين ساعة من الاجتماع .

ولا يجوز للعضو أن ينوب عن أكثر من عضو واحد ممن لهم حق الحضور والمشاركة على أن تعتمد الإنابة من أمين عام الغرفة قبل الاجتماع بأربع وعشرين ساعة على الأقل. ويكون لكل عضو عدد من الأصوات يتناسب مع حجم طاقته ومستواه ورقم أعماله وقيمة اشتراكه في الغرفة أو مع معيار واحد أو أكثر من هذه المعايير، بحد أدنى صوت واحد، وحد أقصى عشرة أصوات.

• إيرادات الغرف:

يتم توزيع إيرادات الغرفة على النحو التالي:

- ١٠٪ لتكوين احتياطي.
- ٣٠٪ من اشتراكات الغرفة في الاتحاد المصري للغرف السياحية.
- ما تبقى لنفقات الغرفة وذلك لتحقيق أهدافها.

الفصل الرابع :

السياحة وتنمية الاقتصاد المصـــــرى

أولا : السياحة والتحول الاقتصادي/ الاجتماعي في مصر

١ـ مصر وبرنامج الإصلاح الاقتصادي :

دخلت مصر منذ بداية عقد التسعينيات مرحلة جديدة من مراحل نظامها الاقتصادي، تتوجه فيه إلى نظام اقتصاديات السوق الحر لكي توائم أوضاعها الاقتصادية مع النظام الاقتصادي العالمي الجديد، الذي بدأ يسود معظم دول العالم منذ تفكك الاتحاد السوفيتي وبدء انهيار الأنظمة الشمولية التي كانت تسود دول أوروبا الشرقية وبعض الدول الأخرى. وتعد سياسة الانفتاح الاقتصادي التي أعلنت عام ١٩٧٤ هي البداية الحقيقية لعملية التحول نحو القطاع الخاص، أي التحول نحو إعطاء دور متزايد للقطاع الخاص في الاقتصاد مقابل تقليص دور القطاع العام. وقد أكدت مصر هذا التحول حينما وقعت في منتصف عام ١٩٩١ مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي اتفاقيتين أطلق عليهما إسم "برنامج الإصلاح الاقتصادي والتكيف الهيكلي" وكانت بداية تطبيقهما خلال السنة المالية ١٩٩١/١٩٩٢.

وقد استهدف برنامج الإصلاح الاقتصادي تحقيق عدد من الأهداف الأساسية التي تأتي في مقدمتها:

- خلق اقتصاد سوق حر مفتوح على العالم الخارجي وتحقيق الاستقرار الاقتصادي في الأجل المتوسط.
- مساندة ودعم نشاط القطاع الخاص.
- تقليص دور وحدات القطاع العام في النشاط الإنتاجي.

ويتم تحقيق هذه الأهداف بالاستعانة بعدد من الأدوات أو السياسات منها :

- تحرير تجارة الواردات من خلال خفض التعريفة الجمركية والقيود غير السعرية، وتحرير أسعار السلع والخدمات المختلفة.
- تحرير سعر صرف العملة الوطنية وأسعار الفائدة.
- تبسيط إجراءات الاستثمار.
- البدء في تطبيق برامج تحويل ملكية وحدات القطاع العام إلى القطاع الخاص.
- وقد جاءت هذه الإجراءات مصحوبة بسياسات مالية ونقدية مقيدة بحيث تضمن تحقيق خفض ملموس في الطلب الكلي ومن ثم معدلات التضخم.

وقد اقترن هذا التحول بصدور القانون رقم ٢٠٣ لسنة ١٩٩١ بشأن تنظيم قطاع الأعمال العام بهدف إيجاد إطار تشريعي يتيح تنفيذ الخصخصة، حيث نص القانون على السماح بتطبيق الخصخصة، وتقوم الفلسفة الأساسية للقانون على الفصل بين الإدارة والملكية، والمساواة في المعاملة بين شركات قطاع الأعمال العام وشركات القطاع الخاص.

ونتيجة لتطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي ارتفع معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي تدريجيا من معدلات شديدة الانخفاض في بداية تطبيق البرنامج إلى ٤,٩ عام ١٩٩٥/١٩٩٦. وتم تخفيض معدل التضخم إلى ٧٪ في نفس العام بعدما كان يزيد عن ٢١٪ في ١٩٩١/١٩٩٢. كما تمت السيطرة على عجز الموازنة العامة للدولة، فبعد ما كان هذا العجز يقترب من ١٨٪ من الناتج المحلي الإجمالي عام ١٩٩٠/١٩٩١ أصبح يبلغ ١.٣٪ فقط عام ١٩٩٥/١٩٩٦. ومن ناحية أخرى فقد ظل معدل البطالة مرتفعا، إذ استقر عند متوسط ٩,٦٪ خلال الفترة ١٩٩٠/٩١ - ١٩٩٥/٩٦.

وعلى صعيد القطاع الخارجي ترتب على تبني مصر برنامج الإصلاح الاقتصادي، ومن ثم على مساندة مؤسستي "بريتون وودز" و"نادي باريس" للاقتصاد المصري انخفاض ملموس في المديونية الخارجية. فبعد أن كانت نسبة الديون الخارجية تزيد على ١٠٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي في بداية البرنامج أصبحت تقل عن ٥٠٪ في نهايته. وهو الأمر الذي ما كان من الممكن تحقيقه دون جهود إعادة جدولة الديون المصرية من خلال الوجود الفعال في كافة المؤسسات الاقتصادية العالمية.

ورغم أن مصر قطعت شوطا كبيرا في هذا التحول الاقتصادي، وحققت خلال الفترة من ١٩٩١ حتى الآن إنجازات ملموسة في المجالات النقدية والمالية والتي كان من نتائجها إسقاط أجزاء من ديون مصر الخارجية، وخفض معدلات التضخم، وتثبيت سعر الجنيه المصري في مواجهة الدولار لفترات طويلة، وتحرير أسعار الفائدة، وخفض العجز في موازنة الدولة وميزان المدفوعات وغير ذلك، إلا أن الانطلاقة الكبرى التي تشهدها مصر اقتصاديا واجتماعيا لا تزال تتطلب المزيد من الإصلاحات التي تتناول نظام الإنتاج ونظام الإدارة الحكومية، وزيادة كمية ونوعية التصدير، وتحرير التجارة الخارجية في ظل اتفاقية الجات، وإصلاح نظام الأسعار والتسويق، والارتفاع بمستوى الأجهزة والتنظيمات الاقتصادية كمصلحة الضرائب والنظام المصرفي وسوق المال وقوانين العمل، وغير ذلك مما يرتبط ارتباطا وثيقا بارتفاع بمستوى الإنتاجية.

وبالرغم من أن الالتزام بالسياسة القائمة على الخصخصة والعمل من خلال آليات السوق لم يبدأ رسميا إلى في مايو ١٩٩١ مع قبول البرنامج الاقتصادي لصندوق النقد الدولي إلا أن هذه السياسة الجديدة أخذت طريقها إلى قطاع السياحة منذ منتصف الثمانينيات. ولقد كان لهذه

السياسة دورها في إعادة تنظيم قطاع السياحة وفي حفز رؤوس الأموال الخاصة للاستثمار في النشاط.

وقد كان للسياسة الاقتصادية الجديدة انعكاساتها على تنمية الطلب السياحي الدولي من خلال:

١ـ أدت سياسة الأسعار المرنة في صناعة السياحة في إطار آلية السوق الحر إلى تحرك أسعار المنتج السياحي المصري في الاتجاه الصحيح الذي يعكس التغيرات في حالة الطلب. وبتضافر هذه السياسة السعرية مع سياسة الصرف الحر تمكنت مصر من أن تحتفظ بأسعارها السياحية عند مستوى تنافسي بالمقارنة بمعظم البلدان السياحية في منطقة الشرق الأوسط.

٢ـ إزالة القيود المفروضة على رحلات الطيران العارض Charter Flight إلى مصر، وبذلك انخفضت نفقة الرحلة السياحية لفئة من السائحين الأجانب، مما ساعد على أخذ شريحة جديدة من السوق السياحي العالمي.

٣ـ أدت التطورات الجديدة إلى دفع رؤوس أموال خاصة جديدة للاستثمار في النشاط السياحي المصري وارتفاع درجة المنافسة بين الشركات العامة والخاصة من جهة، وبين الشركات الخاصة وبعضها من جهة أخرى، وكل هذا خلق مناخا جديدا للعمل يقوى فيه الحافز على غزو الأسواق الأجنبية المصدرة للسائحين، وخلق أنواع جديدة من السياحة غير التقليدية كالسياحة الترفيهية وسياحة المؤتمرات وسياحة الحوافز لجذب السائحين الأجانب.

ومن أهم الأحداث السياحية التي ارتبطت بالسياحة الاقتصادية الجديدة للدولة والمناخ الاستثماري الجديد المرتبط بالخصخصة، قبول

مؤتمر الاستا ـ اتحاد شركات السياحة الأمريكية ـ الدعوة للانعقاد في مصر في سبتمبر ١٩٩٢.

لقد كانت سياسة الانفتاح نحو العالم الخارجي مختلفة تماما عما كان سائدا داخل مصر في الستينيات، وكذلك كانت نتائج هذه السياسة مختلفة، فبدلا من توتر العلاقات السياسية وتأزمها مع العالم الغربي ومع العديد من الدول العربية، أدت السياسة الانفتاحية إلى تلطيف وتحسين العلاقات الدولية وبدأت وفود السائحين الأجانب والعرب تتدفق إلى مصر ثانية بأعداد متزايدة من أواخر السبعينيات.

أما سياسة التحرر الاقتصادي فكانت تعني مزيدا من الاعتماد على القطاع الخاص وعلى آلية السوق الحر بدلا من الاعتماد الكبير الذي كان قائما على القطاع العام وآلية التخطيط الاقتصادي. ومن خلال هذا الإطار بدأ نشاط الشركات السياحية الخاصة في النمو بعد فترة طويلة من الركود. ولا شك في أن الدولة ظل لها دور هام في التخطيط للنشاط السياحي في الثمانينيات، ولكنه كان تخطيطا تأشيريا في معظمه بهدف تهيئة البنية الأساسية للنشاط وتحديد الأهداف الكلية للاستثمار في قطاع السياحة والتنسيق ما بين وحدات القطاع العام ووحدات القطاع الخاص العاملة في نشاط السياحة وتنمية الطلب السياحي الدولي في مصر.

وفي خلال فترة الثمانينيات تبلورت فلسفة التحرر الاقتصادي في مصر في اتجاه إعطاء القطاع الخاص وزنا نسبيا أكبر في النشاط الاقتصادي على حساب القطاع العام وهو ما عرف بالخصخصة. وكان لقطاع السياحة دور رائد في هذا التطور الجديد.

وتجدر الإشارة إلى أنه قد تواكب مع مختلف مراحل الإصلاح الاقتصادي حدوث تغيرات انعكست على السياحة، لا سيما السياحة الداخلية إيجابا، ومن ذلك:

١ـ ظهور شريحة قادرة ماليا من المصريين العاملين بالشركات الاستثمارية، وقادرة على القيام برحلات سياحية في الداخل والخارج.

٢ـ تحقق زيادات مطردة في دخول كثير من المواطنين، بما في ذلك شريحة العاملين بالدولة، مما زاد من إمكانية دخول شرائح جديدة تغذى السياحة الداخلية.

٣ـ الاتجاه المتزايد للعمل الحر وعدم الإصرار على العمل الحكومي، مما أتاح الفرصة لكثير من الأفراد لتنظيم وقتهم بما يسمح بالقيام برحلات داخلية (بخلاف السفر للخارج).

٢ ـ الدولة والقطاع الخاص في مجال السياحة:

لقد كان الهدف الأساسي لسياسة الخصخصة هو التخلص من عوامل عدم الكفاءة التي تعلقت بالقطاع العام وأحاطت به من نواح عدة وإعطاء وزن نسبي أكبر للقطاع الخاص حتى يتمكن من استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة بصورة أفضل وذلك لتحقيق أهداف التنمية من خلال آليات السوق.

ولا شك أن إطلاق يد القطاع الخاص في الاستثمار والتنمية يتطلب وضع السياسات العامة والاستراتيجيات التفصيلية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في مختلف جوانبها، وإعداد ما يلزم من مواصفات قياسية للسلع والخدمات المنتجة لكي يمكنها الصمود في وجه المنافسة الدولية القادمة بأوسع أطرها بعد تنفيذ اتفاقية الجات، فضلا عن ضرورة وضع الحدود اللازمة لحماية المستهلك، وتسعير خدمات المرافق الأساسية

التي يمكن السماح للقطاع الخاص بإنشائها مثل بناء المطارات، بالإضافة إلى وضع استراتيجية لمواجهة الأزمات المختلفة من كوارث طبيعية وحروب وإرهاب وغيرها. وفضلا عن كل ذلك، فإنه يتعين وضع الضوابط الكفيلة بحماية المصلحة العامة ضد افتئات المصالح الخاصة، ولا سيما عند الهبوط بأسعار الخدمات التصديرية كالخدمات السياحية نتيجة للمنافسات الشديدة التي قد تؤدي إلى الإضرار بالاقتصاد القومي.

وعلى ذلك، فلا يتصور أن ينحسر دور الدولة كليا عن الحياة الاقتصادية في ظل النظام الاقتصادي الحر الذي يقوم على قوى السوق، والتي لا تعترف إلا بالمعايير والاعتبارات الاقتصادية وحدها دون الاعتبارات الاجتماعية والحضارية والبيئية وغير ذلك. بل يظل للدولة دور هام وحيوي في تحقيق التنمية، متمثلا في عدد كبير من الوظائف التي تمارسها ولا يستطيع القطاع الخاص أن يحقق أهدافه بدونها، ومن أهم هذه الوظائف:

- وضع الإطار التنظيمي الذي يكفل حرية المنافسة ومنع الاحتكارات.
- وضع المعايير والمواصفات الأمنية والفنية والصحية والبيئية التي تمنع حدوث الغش والممارسات الضارة بالصحة والأمن والبيئة.
- ضمان عدم حدوث منافسة غير مشروعة أو غير عادلة أو ضارة بالاقتصاد القومي.
- توفير مقومات الحياة الكفيلة بتحقيق راحة المواطنين وسهولة حياتهم.
- توفير الخدمات الصحية والتعليمية والدفاعية والأمنية، وإقامة العدالة على النحو الذي يكفل اطمئنان المواطنين وتنمية كيانهم وعقولهم وزيادة رضائهم.

- توفير المناخ الملائم لتحقيق أهداف التنمية بمعدلاتها المطلوبة بوجه عام.
- الاستمرار في توفير مناخ الحرية والديمقراطية لتشجيع العمل الشريف والاستثمار في حدود خطة تتضمن الضوابط الكفيلة بوضع الاستثمار موضع الفعالية والتأثير الإيجابي.
- تسيير سياسة التخصيصية وفق ضوابط ومعايير تحقق الصالح العام.
- وضع التشريعات الكفيلة بضمان كل ما تقدم.

وفي إطار التوجه الاقتصادي الجديد في عصر الرئيس مبارك انطلقت الوزارة في علاقتها مع القطاع السياحي الخاص من قناعة راسخة بالدور الرائد الذي ينهض به هذا القطاع سواء في مجال التنمية السياحية أو التنشيط للمنتج السياحي، وقدمت كافة التسهيلات والمساندة والعمل علي تذليل المشكلات التي يواجهها القطاع الخاص في علاقته بالوزارات والهيئات ذات الصلة، ولذلك أصبح القطاع الخاص ينهض بكافة أعباء عملية البنية الأساسية للمشروعات الجديدة. ولعل طرح إنشاء المطارات بنظام BOT للقطاع الخاص خير دليل علي الدور الرائد الذي بدأ القطاع الخاص يقوم به. والآن وبعد عام من توقيع العقد فإن مطار مرسي علم سوف تنتهي مراحله الأولي في نهاية العام القادم (٢٥٪ استثمارات عربية وأجنبية).

وخلال فترة الرئيس مبارك شهد القطاع الخاص بعض القرارات الهامة المشجعة له للاستثمار في مجالات التنمية السياحية فهي تخصص الأراضي اللازمة للمشروعات بسعر رمزي دولار واحد للمتر المربع يسدد علي ١٠ سنوات وإعفاء المشروع السياحي الجديد من الضرائب لمدة ١٠ سنوات اعتبارا من تاريخ التشغيل الفعلي، وكذلك

إعفاء التوسعات لفترات مماثلة، وتحصيل رسم جمركي موحد ومخفض٥٪ فقط علي كافة احتياجات ولوازم المشروع المستوردة من الخارج، كذلك جدية التصرف في المشروع وعدم خضوعه للمصادرة أو التأميم.

وعن حجم وشكل التعاون الحكومي مع القطاع الخاص في قطاع السياحة أكد الدكتور ممدوح البلتاجي أنه كانت لمصر تجربتها الناجحة والواضحة في التعاون بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص. فمنذ عام١٩٩٣ ينهض القطاع السياحي الخاص في مصر بنسبة مائة بالمائة من جهد وأعباء التنمية السياحية في إطار ما تضعه الدولة من مخططات عامة وما تقدمه من حوافز وضمانات مشجعة علي الاستثمار، علاوة علي ما تقدمه وزارة السياحة وهيئة التنمية السياحية من مساندة متواصلة علي صعيد المشورة الفنية والمساعدة في الدراسات الأولية وفي تحديد نوعية النشاط الأنسب لكل مشروع.

ومن الثابت أن هذه المشاركة الناجحة بين جهود الدولة والقطاع الخاص للنهوض بصناعة السياحة دخلت مرحلة جديدة اعتبارا من عام ١٩٩٦ عندما أقرت الحكومة المصرية ـ بناء علي توصية من وزارة السياحة ـ مبدأ دخول القطاع الخاص لتنفيذ مشروعات البنية الأساسية كالمطارات، ثم امتدت الي الطرق الرئيسية ومحطات توليد الكهرباء وغيرها وفق نظام البوت أي البناء ثم التشغيل ثم نقل الملكية بعد مدة محددة، وذلك لأول مرة في مصر.

وتمتد مشاركة القطاعين الحكومي والخاص في المجال السياحي إلي دائرة التنشيط والترويج الخارجي للسياحة المصرية: إذ إنه اعتبارا من أبريل ١٩٩٤ – موعد إقرار الحكومة لأول خطة شاملة للتنشيط

السياحي في مصر- لم يتم اتخاذ قرار يتعلق بجهد مصر الترويجي التنشيطي في الأسواق الخارجية إلا بمشاركة القطاع السياحي الخاص، وهذا القطاع في تقديرنا ـ هو المستفيد الرئيسي من مثل هذا الجهد.. كما أنه الطرف الذي يضطلع عمليا بجميع تفاصيل الحركة السياحية الوافدة بدءا بالتعاقد علي المجموعات السياحية المستجلبة إلي أن تكمل هذه المجموعات برامجها السياحية في بلادنا الجميلة.

ومن ناحية أخرى، أكد وزير السياحة أن الأعباء المفروضة .على القطاع السياحي والاقتصادي السياحي في مصر هي حقيقة، وهي تعيق التنمية وتقف حائلا ضد مزيد من الازدهار والنماء لهذا القطاع لأنه قطاع واعد فعلا. فالقطاع السياحي المصري من ١٩٩٣ إلى ٢٠٠٠ ينمو بمعدل سنوي ثابت ١٢,٥٪ ، أي أكثر من ٣ أمثال متوسط معدل النمو المرتقب أو المأمول في الاقتصاد القومي وأكثر من ٤ أمثال متوسط معدل النمو السنوي على المستوى العالمي للسياحة. إذ أن هذا القطاع الذي ينمو ويتقدم، ومن ثم يجب تعزيزه وعدم الإثقال عليه بهذه الرسوم التي تنعكس بالتالي على السعر والرحلة وعبء الزيارة على السائح الأجنبي، يقلل من قدرة مصر التنافسية. فمصر تعد أغلى سياحيا من تركيا وأغلى من بعض جزر اليونان وجزر الكناريا، ومن ثم فقد أعدت وزارة السياحة دراسة تفصيلية متكاملة عن حجم الأعباء المفروضة على النشاط، ليست فقط على الموارد السيادية، ولكن من وزارات عديدة مثل وزارة النقل ووزارة الحكم المحلي والمحافظات والخدمات ووزارات الاقتصاد والمالية والبيئة والثقافة والمجلس الأعلى للآثار حيث يوجد اتجاه ملحوظ جدا في العامين الماضيين في تتابع الزيادات في حجم الرسوم ومقابل الخدمات التي تفرض على النشاط وبعضها دون سند من القانون. فالمجلس العالمي للسياحة والسفر (ط.ش.ش.) أعد دراسة عام ١٩٩٩ بنظام العينة واختار

٥٢ دولة ليدرس في كل منها حجم الأعباء الضريبية والرسوم التي تفرض على النشاط السياحي، وصنفت مصر في المرتبة الخامسة من حيث زيادة حجم هذه الأعباء من ضمن ٥٢ دولة وهذه عينة ممثلة ومهمة. وبالطبع فإن هذه السياسة غير ملائمة لأنها لا تساعد على النمو السياحي، وثانيا تجعل مصر دولة غير منافسة كما يجب أن تكون من الناحية السعرية، وثالثا تهدد دخل هذه الجهات الجبائية لأنه اذا تقلص حجم النشاط السياحي سوف يتقلص الوعاء الضريبي الذي تفرض عليه هذه الرسوم والضرائب مقابل الخدمات.

٣ - الدولة وإدارة السياحة في ظل سياسة الإصلاح الاقتصادي:

لقد أثبت التاريخ السياحي أن الدول فى اهتمامها بتنمية السياحة بدأت بوضع سياسة سياحية عامة تستطيع عن طريقها بلورة المصالح الأساسية للأمة ككل، وصبها فى قالب منظم للعلاقات التي تتولد عنها لتفادى كل ما يمكن أن ينتج عن هذه العلاقات السياحية من مشاكل أهمها: ما يترتب على اختلاف مناطق الدولة من درجات فى التنمية تبعا لأهميتها السياحية، وتباين المستوى الاجتماعي والاقتصادي لطبقات الشعب التي تعيش فى المناطق السياحية ذات الأولوية فى التنمية وفى غيرها. ولأن السياحة أصبحت مطلبا ملحا لجميع الشعوب فقد بات ضروريا وضع القواعد اللازمة للتنمية بحيث تزيد من الفوائد المترتبة عليها، وتحد من المشكلات الناتجة عن هذه التنمية فى إطار سياسة سياحية ثابتة توضع بناء عليها خطة تنمية سياحية متوازنة. الأمر الذي يعني أنه بصرف النظر عن السياسة الاقتصادية للدولة، فإنه يظل للدولة الكثير من الوظائف الحيوية التي يجب عليها القيام بها من أجل تنمية القطاع السياحي.

وأول واجبات الدولة في هذا الصدد أن تحدد الأولوية التي يجب أن تعطى لقطاع السياحة من بين القطاعات الإنتاجية داخل الإطار العام أو الخطة القومية العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويتحقق ذلك عن طريق تشريع وتحديد الدور الذي تؤديه الأجهزة الرسمية للسياحة على المستوى القومي والإقليمي والمحلى، وتحديد إطار التسهيلات والخدمات السياحية الواجب توافرها كجزء من مكونات العرض السياحي للدولة، وأن تضع الشروط والقواعد اللازمة لتمويل مشروعات التنمية السياحية في الداخل، وأن تقوم بتوفير ما يلزم لهذه المشروعات من مرافق أساسية عامة وسياحية، وتتمثل أهم هذه الوظائف فيما يلي:

وتتمثل أهم الوظائف التي تقوم بها الدولة فيما يأتى:

أ - الوظيفة التنسيقية:

وهى أولى وظائف الدولة وواجباتها لبلوغ تنمية سياحية متوازنة، باعتبار السياحة قطاعا إنتاجيا مركبا من عدة عناصر، بعضها يمثل صناعات متكاملة وبعضها يدخل في اختصاص وزارات الخارجية (تأشيرات الدخول) والداخلية (إجراءات وتسهيلات الدخول) والمالية (الإجراءات الجمركية) والصحة (الإجراءات الصحية) والنقل والمواصلات (كالطرق والاتصالات والكهرباء والطاقة والتعمير والثقافة (المناطق الأثرية) وغير ذلك. فالسياحة ومختلف الأجهزة الحكومية التي تتدخل اختصاصاتها فيها. ويفترض هذا التعاون وحدة فكرية تامة بين مختلف هذه الأجهزة تهدف إلى انتعاش الاقتصاد القومي عن طريق تنمية السياحة، واتجاها موحدا نحو تنفيذ السياسة العامة المرسومة لهذه التنمية، وتنسيقا بين مختلف هذه الأجهزة الرسمية التي تمثل كافة الفروع الرئيسية للحكومة، فضلا عن ضرورة توفير كل ما تحتاجه المشروعات السياحية من معدات وأدوات تستورد من الخارج لعدم وجود

المنتج المحلى الكافى أو المناسب، مما يدعو إلى ضرورة وضع سياسة عامة يحدد فيها دور كل جهة رسمية مختصة تحديدا واضحا، وتنفيذ هذه السياسة تنفيذا سليما إذا ما أريد للسياحة كقطاع إنتاجي أن تتقدم لبلوغ الأهداف المرجوة منها.

ولكي تنفذ هذه السياسة السياحية ينبغي أن تكون ملزمة لكافة الجهات وتجد لها ترجمة مناسبة فى الخطة القومية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وفى موازنة الدولة، ويتأتى ذلك من خلال تشريع شامل باسم القانون الأساسي للسياحة يشتمل على كل التشريعات التي تنظم مختلف نواحي النشاط السياحي.

وتتطلب الوظيفة التنسيقية أن تكون وزارة السياحة مزودة بالوسائل التي تكفل تحقيق هذه الوظيفة ومنها: العاملون الأكفاء المتخصصون، والمعلومات الفنية المستمرة التي تستخدم مع البحوث المكتبية والميدانية فى وضع استراتيجيات العمل اللازمة لتنفيذ هذه الوظيفة.

ب - الوظيفة التخطيطية:

إن أهم هدف للتخطيط السياحي هو ضمان ملاءمة المنتج السياحي للزائرين وتطويره بصورة تحقق دوام رضاهم، وكذلك العمل على تلبية المطالب الاجتماعية والاقتصادية للأمة أو للإقليم أو للمنطقة.

ولما كانت السياحة كقطاع إنتاجي يحقق فوائد اقتصادية عديدة تزيد احتمالات الاستفادة منها يوما بعد يوم، فإن تخطيطها العلمي السليم يسهم في إنعاش الاقتصاد القومي.

ومن واقع التجربة في مجال التخطيط السياحى فإن تخطيط التنمية السياحية يجب أن يشمل جوانب كثيرة منها:

- تنويع مجالات المنتج والخدمات السياحية لتنمية موارد الثروة السياحية، وضمان تنميتها تنمية موحدة ومتوازنة بصورة تقلل من نتائج التذبذب الموسمي في السياحة.
- زيادة المرونة فى المستقبل السياحى، والعمل على تخفيض احتمالات النتائج غير المتوقعة، سواء أكانت اقتصادية أو غير اقتصادية.
- –الاستخدام الأمثل للموارد السياحية الطبيعية لمنع أى تدهور سريع فيها.
- توفير العمالة السياحية المدربة على جميع المستويات والتخصصات لإمكان قيامها بإدارة التنمية السياحية بكفاءة ووفقا للخطة.

ولاشك أن التخطيط هو السبيل إلى تنمية سياحية متوازنة وفق معايير مختارة وهو الأسلوب المتبع في الدول المتقدمة والنامية. والتخطيط له دور رئيسي آخر هو تكثيف الجهود المختلفة لتحقيق الأهداف الوطنية للتنمية السياحية داخل إطار منظم تلتزم به أجهزة الدولة.

والتخطيط له أنواع متعددة، فهناك التخطيط على المستوى القومي (الخطة الشاملة للتنمية السياحية)، وهناك التخطيط الإقليمي المحدد بحدود محافظة معينة أو منطقة سياحية كبيرة ضمن محافظة أو أكثر، كتخطيط الساحل الشمالي أو ساحل البحر الأحمر أو تخطيط سيناء، وهناك التخطيط المحلى، كتخطيط منطقة الغردقة أو تخطيط منطقة سيدي عبد الرحمن أو منطقة العريش، وهناك التخطيط النوعي أو القطاعى، كتخطيط التنظيم السياحي أو تخطيط التسويق أو تخطيط التدريب، وغير ذلك.

وأهم ما يرد ضمن التخطيط هو وضع الأولويات وتبنـى مبـدأ الـتركيز أو مبدأ الانتشار في المشروعات السياحية، وهذه أمور فنية تقرر بناء على خبرة ومعرفة علمية مكتسبة.

ج- الوظيفة التمويلية:

تتطلب التنمية السياحية استثمارات كبيرة، وخاصة في الدول النامية التي تتوافر فيها فرص التنمية الكافية، وعلـى ذلـك فـإن الأمـر يقتضـي تدخلا مباشرا من الدولة. وفى الدول ذات الاقتصاد الموجه فإن مشـاركة الدولة تكاد تكون شاملة، فى حين أن الأمـر في الـدول الأخـرى يتوقـف على الظروف الداخلية السـائدة بـها، فقـد تقـدم الدولـة مسـاندة ماليـة للمشروعات الكبرى لتنفيذ خطط التنمية السياحية الطموحة، وقـد تقـوم بتمويل مشروعات المرافق الأساسية اللازمة للتنمية السياحية.

ويهدف استثمار الدولة فى المشـروعات السـياحية إلى وضـع القواعـد الكفيلة بالإسراع فى التنمية السياحية والتعمير فى المناطق الجديدة، مع محاولـة إيجـاد المشـروعات الصالحـة للسـياحة الدوليـة والسـياحة الداخلية، وبالتالي جعل الطاقة الإيوائية السياحية بمختلف المناطق فـى متناول معظم طبقات الشعب.

وكثيرا ما تتم مشـاركة الدولـة فـى التنميـة السـياحية بإقامـة بعـض المشروعات الكبرى الرائدة فى مناطق بكر لتشجيع القطاع الخـاص علـى إقامة مشروعات أخـرى يـترتب عليـها وضـع الخطـة القوميـة والخطـط الإقليمية للتنمية السياحية موضع التنفيـذ، أو عـن طريـق منـح الحوافـز الضريبية والمالية لجذب المستثمرين.

ومن بين الحوافز التي تمنحها الدولة للقطاع الخاص ما يلي:

- **المنح**: ويقصد منها تمكين المستثمر من تخفيض الاستثمار المبدئي المطلوب لتنفيذ مشروع تنمية سياحي عن طريق تحمل الدولة لجزء من هذا الاستثمار، سواء في صورة مبلغ نقدي يمنح لصاحب المشروع أو عن طريق منحه الأرض بالمجان، أو بثمن رمزي لمدة طويلة.

ويطبق ذلك في بلجيكا وفرنسا والجزائر والمغرب والكاميرون وتونس وايرلندا والمجر واليابان ومالطة وهولندا وبنما والبرتغال والأرجنتين ونيوزيلندا وتركيا.

وثمة نوع آخر من الإعانات يتمثل في: إعفاء المشروعات من الرسوم الجمركية على الواردات من المواد والمعدات اللازمة، أو إعادة بناء أو تشغيل المرافق الإضافية والتسهيلات السياحية. ومن أمثلة الدول التي تتبع هذا الأسلوب: جزر الباهاما وبوليفيا وكمبوديا وأكوادور واليونان والأردن ولبنان وليبيا ومالطا والمغرب ونيبال وباكستان وبنما وبيرو والسنغال وتنزانيا وترينداد وتوباجو وتونس والجزائر ومصر (ولو أن مصر بدأت في تقليص هذا النوع من الإعانات).

- **القروض الطويلة بأسعار فائدة منخفضة**: تقوم بعض الدول النامية بمد المستثمرين من القطاع الخاص بالقروض الطويلة الأجل بأسعار فائدة منخفضة، بهدف تشجيع الاستثمار فى قطاع السياحة، وتمنح هذه القروض عن طريق الإجراءات المصرفية العادية أو بمعرفة أجهزة حكومية معينة للتنمية. وتقدم القروض الخاصة بالإنشاءات السياحية لآجال تتراوح بين ٢٠-٢٥ سنة، وقروض تطوير المنشآت وإعادة تجديدها (الإحلال والتجديد) لمدة ١٢ سنة، كما تقرر مهلة السماح قبل البدء فى تسديد القروض لمدة سنتين أو ثلاث، ويتراوح سعر الفائدة على تلك القروض السهلة ما بين ٣-٥ ٪.

- **ضمان القروض:** تقدم الحكومة فى بعض الحالات الضمان المالي الكامل ودون مقابل للقروض المحلية والدولية التي يتم الحصول عليها عن طريق الترتيبات المصرفية والنقدية العادية.

- **الإعفاء من ضرائب الدخل والضرائب العقارية:** تقوم الحكومات أحيانا بتقرير إعفاءات من ضرائب الدخل والضرائب العقارية. ويعتبر هذا الإجراء حافزا حقيقيا للاستثمارات الخاصة، ويمنح الإعفاء من ضرائب الدخل لمدة خمس سنوات، مع تقرير إعفاءات جزئية خلال السنوات العشر إلى الخمس عشرة سنة التالية.

- **استقطاع النفقات الرأسمالية من الأرباح:** وهو إجراء يسمح بإمكانية اقتطاع النفقات الرأسمالية المستخدمة فى أعمال بناء أو إعادة تجديد الفنادق، وفى شراء المعدات والتركيبات اللازمة لها من الأرباح.

وذلك لا يعدو أن يكون مجرد إجراء لتأجيل دفع الضرائب ويعتبر قرضا قصير الأجل بذون فائدة.

- **الأسعار الخاصة المخفضة للمرافق العامة:** تقرر بعض الحكومات تخفيضات معينة للفنادق فيما يتعلق بتكاليف استهلاك الكهرباء والمياه والتليفونات، فضلا عن ضرورة معاونة مشروعات التنمية السياحية عن طريق مدها بالمرافق الأساسية على نفقة الدولة، لأن تحميل هذه المشروعات بالمرافق يثقل كاهل هذه المشروعات بتكلفة زائدة غير منتجة بذاتها.

- **المعونة الفنية والإجراءات الميسرة:** تقدم بعض الحكومات مساعدتها الفنية إلى مستثمري القطاع الخاص في المجال السياحي، وذلك بإسداء النصح لهم بشأن تنفيذ المشروعات. وهناك نوع آخر من المعونة الفنية الحكومية يتمثل في إنشاء مراكز التدريب والمدارس

الفندقية ومعاهد السياحة التي تقوم بتدريب العاملين في هذا القطاع بمختلف مستوياتهم.

كما تصدر الحكومات التشريعات اللازمة التي تستهدف اكتساب ثقة المستثمرين، وتتوخى توفير عنصر المرونة بالنسبة للمتطلبات الخاصة بالتراخيص وتصاريح البناء وشروط الإنشاءات كالكثافات ونماذج التصميمات وألوان الدهانات في بعض المناطق والارتفاعات.

- **اجتذاب الاستثمارات والقروض الأجنبية:** لما كانت رؤوس الأموال المحلية في الدول النامية تتسم بالندرة، والمعونات التي تقدمها وكالات التنمية الدولية محدودة نسبيا، فإن الحكومات في تلك الدول يمكنها اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية بإجراءات عديدة، أهمها: خلق المناخ المناسب لها، بمعنى إرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي في البلاد، ويتعين ألا يكون هناك أي نوع من التحيز ضد الاستثمارات الأجنبية، كما يجب حماية هذه الاستثمارات من المصادرة دون دفع تعويضات كافية وسريعة. ولاشك أن تشجيع الاستثمارات الأجنبية في حدود صالح الدولة، الذي يجب أن يكون محددا منذ البداية بدراسات كاملة - من شأنه الإسهام في تنشيط الدورة الاقتصادية عن طريق الحقن التمويلي، ابتداء بالاستثمارات وانتهاء بالعائدات التي يكون لها مقرر أثر مضاعف في الإنتاجية.

٤- السياحة والبعد الاجتماعي:

إن السياحة في النهاية ـ كما سبقت الإشارة ـ هي منتج لحالة المجتمع ككل، بكل درجات وعيه وظروفه الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، كما أنها نتاج القيم والسلوكيات السائدة بين أفراد المجتمع، ومن ثم فإن النهوض بها لا يصبح مسئولية جهة أو وزارة بعينها، بل مسئولية كافة أفراد المجتمع سواء كانوا مواطنين أم

مسئولين، الأمر الذي يتطلب، فضلا عن الوعي الجماعي بأهمية هذه الصناعة، ضرورة تضافر الجهود لتعزيز السلوكيات الإيجابية وخلق المجتمع الحاضن ـ وليس الطارد للسياحة.

كما أن السياحة هي النشاط المنتج الذي تتمتع فيه مصر بأعلى قدرة تنافسية وميزة نسبية وهي بالتالي اكبر صناعاتنا التصديرية (صادرات غير منظورة)، إضافة إلي أنها صناعة كثيفة العمل، خاصة للشباب وخريجي الجامعات، والغرفة الفندقية الواحدة توجد ١٧ فرصة عمل مباشرة و ١٥ غير مباشرة بما يساوي ٣٢ فرصة عمل.

وتسمح السياحة بتصحيح الخلل في أحد أهم أبعاد المشكلة السكانية (التكدس الضخم في النطاق الزراعي الضيق) من خلال إقامة مجتمعات خارج الوادي علي أسس اقتصادية، حيث أن من مزايا السياحة كصناعة أنها تسهم في إيجاد مراكز وتجمعات جديدة علي أسس اقتصادية. ولأن الثروات والموارد البحرية والشاطئية وفيرة في مصر وتمتد لأكثر من ٢٧٠٠ كيلو متر فقد كان طبيعيا أن تتركز مشروعات التنمية الجديدة علي طول شواطئ البحر الأحمر وخليج العقبة.. ثم علي جانبي خليج السويس وفي الساحل الشمالي. ولذلك تسهم السياحة في إيجاد مراكز جذب تؤدي إلي تخفيف الكثافة السكانية المتركزة في الوادي وتوزيعها علي تلك المراكز الجديدة. ويؤكد هذا الاتجاه وجود ٨١٢ مشروعا سياحيا جديدا مرتبطا به في مناطق البحر الأحمر وسيناء والعين السخنة والساحل الشمالي، وهي في طور التشييد وتؤدي مع اكتمالها إلي الارتفاع بمساحة التنمية خارج الوادي إلي ١٣٥٠٠ كيلو متر مربع من رقعة الوطن خلال فترة تتراوح مابين ٣ و٥ سنوات وذلك مقابل ١٥٥ مشروعا في الوادي والدلتا لا تتجاوز مساحتها ستة كيلو مترات مربعة،

إن معني ذلك إيجاد حياة جديدة في مناطق صحراوية جرداء، وإيجاد فرص عمل وموارد للرزق لآلاف من شبابنا وأسرهم.

ومن ناحية ثانية، فإن السياحة تتسم بأثرها المضاعف إذ أن رواجها يؤدي إلي رواج عشرات الصناعات والخدمات المغذية والمكملة، والإنتاج المحلي يشكل الغالبية العظمي من مكوناتها ولا توجد سقوف لتزايد معدلات نموها بما يفوق دائما معدل نمو الدخل القومي(مثل النضوب التدريجي للبترول أو زيادة استهلاكه الداخلي، أو تقلص فرص العمالة المصرية في الخارج، أو تناقص إيرادات قناة السويس، أو تأثير الجات علي قدراتنا التصديرية المتواضعة حاليا من المنتجات السلعية، صناعية أو زراعية).

٥ - دور السياحة في الاقتصاد المصري:

إن صناعة السياحة في مصر تؤدي دورا رئيسيا في تنمية الاقتصاد المصرى، ويؤثر الرواج السياحي بشكل مباشر على انتعاش الاقتصاد القومي ورواج الصناعات والأنشطة الاقتصادية والتجارية المرتبطة بالسياحة. وتتميز السياحة المصرية بميزة تنافسية كبرى للعنصر الحضاري في المنتج السياحي، حيث يتوافر لدى مصر آثار حضارات مختلفة ليس لها مثيل في أي دولة أخرى.

ومن المعروف أن الطلب السياحي يخلق قيمة مضافة تؤدى إلى نمو حقيقي فى الدخل القومي، عن طريق مختلف القطاعات الإنتاجية التى تتحرك بصورة ديناميكية متفاعلة منتجة للإنفاق والاستهلاك السياحي الذى يخلق دائرة اقتصادية مركبة، تؤثر إيجابيا على تحريك وتنشيط الدورة الاقتصادية على المستوى المحلى والقومي. ومع أن مدى نشوء هذه الآثار الاقتصادية وسرعة أو بطء ظهورها يختلف باختلاف

اقتصاديات الدول، وتبعا لحجم الإنفاق السياحي (الذى يعنى إيرادات سياحية للمقصد السياحى)، فإن نسبته إلى الدخل القومي - أو بمعنى آخر تحديد مدى أهمية السياحة كقطاع إنتاجي للاقتصاد القومي أو المحلى - تختلف من مقصد سياحي إلى آخر.

فالإنفاق على الخدمات الفندقية مثلا - والذى يشتمل على المبيت والطعام والشراب والغسيل والاتصالات وسائر الخدمات التى يطلبها السائح خلال مدة إقامته بالفندق - يمثل انتقال أموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب الفنادق والمشتغلين فيها. ويتفرع عن هذا الإنفاق سلسلة أخرى من المصروفات، هى إنفاق القائمين على صناعة الفنادق على تجديد الأثاثات وتجديد أدوات المطبخ والمغاسل وتكييف الهواء، وسائر مهمات تشغيل الفنادق وصيانتها وترميمها وتجديدها. وهذا يعنى انتقال جزء من دخول هؤلاء المشتغلين بالصناعة الفندقية إلى عملائهم الذين يمدونهم بهذه الخدمات والسلع.

وفضلا عن ذلك، فإن جزءا كبيرا من دخل الفنادق يذهب إلى موردي اللحوم والخضروات والمشروبات والفواكه وسائر مستلزمات الحياة الفندقية اليومية. ولا شك أن كل ذلك يعنى زيادة حجم الإنفاق العام نتيجة لزيادة حجم الحركة الفندقية.

ويبدو من الطبيعى والمنطقى، أن زيادة حجم الحركة الفندقية نتيجة ارتفاع معدل تدفق السائحين إلى المقصد السياحي تعنى زيادة حجم العمالة، لأن الرواج الفندقي ينتج عنه تشغيل أعداد متزايدة من المواطنين بنسبة كبيرة، ولذلك تنخفض نسبة البطالة، وهو ما يحقق هدفا من أهداف خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى أى دولة.

وما يقال عن الخدمات الفندقية، يقال كذلك عن سائر أنواع الخدمات المتصلة بالسياحة، مثل خدمات الرحلات السياحية داخل الدول وهى التى تتولاها الشركات السياحية على اختلافها، وخدمات الطيران والملاحة والنقل البرى والنهرى، وخدمات المطاعم والملاهى والكافيتريات، فضلا عن خدمات مراكز الاجتماعات والمؤتمرات.

وكذلك يؤدى نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على المصنوعات التذكارية ومشتريات العطور والتحف وغير ذلك. كما تؤدى زيادة مجموع السائحين إلى زيادة فى عدد المرشدين السياحيين وغيرهم ممن تتصل مهنهم بالسياحة من قريب أو بعيد.

ولما كانت زيادة الإنفاق فى شتى هذه المجالات المتصلة بالسياحة تؤدى إلى زيادة الدخول، فإن النتيجة الطبيعية لذلك هى ارتفاع معدل الإنفاق على السلع الاستهلاكية وبالتالي معدل الادخار، مما ينشط هذه الصناعات المتصلة بالسياحة، إما بطريق مباشر أو غير مباشر، الأمر الذى يتولد عنه اتساع نطاق العمل فى الهيئات المشتغلة بصناعة السياحة، ومن المسلم به أن كل استثمار جديد يولد إنفاقا ينشئ دخولا.

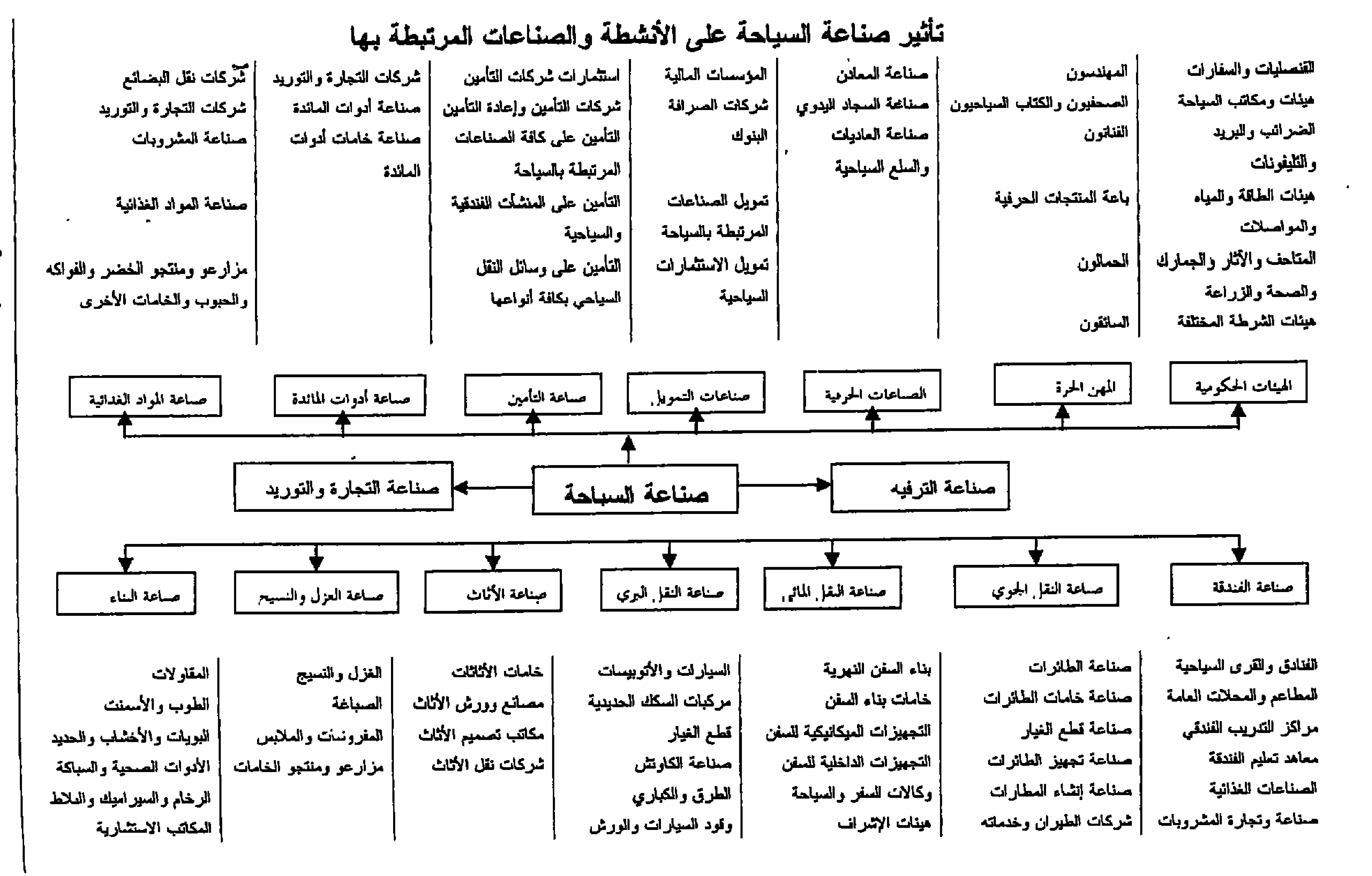
وفضلا عن كل ما تقدم، فإن الخزانة العامة للدولة السياحية تستفيد من رسوم التأشيرات التى تمنحها قنصلياتها بالخارج، ورسوم رسو البواخر وهبوط الطائرات السياحية، وكذلك من الضرائب على إنتاج الخمور التى يزيد السائحون من استهلاكها بدرجة كبيرة، وضريبة الأرباح التجارية والصناعية على المشروعات السياحية عموما، وضرائب الدخول التى تتزايد حصيلتها بتزايد دخول وأرباح المشتغلين بكافة

الأعمال المتصلة بصناعة السياحة. وفوق كل ذلك تستفيد الدولة من رسوم التراخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة، وهذه تزيد حصيلتها بازدياد النشاط السياحي.

وهناك نوع آخر من الإنفاق، ليس من جانب السائح ولكن من جانب قطاع الأعمال والمستثمرين، ومن جانب الدولة أيضا كالإنفاق على المشروعات السياحية، ومنها إنشاء الفنادق وقرى الإجازات، وتحسين المراكز السياحية، ورصف الطرق وتعبيدها، وإقامة ونقل التماثيل، وإقامة المعارض والمتاحف، وتوسيع شبكة وسائل النقل. وهذا النوع من الإنفاق على المرافق العامة والمشروعات يؤدى إلى تنشيط الحركة الاقتصادية، إذ يمثل انتقال دخول إلى الأفراد والهيئات والمقاولين وغيرهم، كما يعنى ازدياد حجم العمالة وانكماش البطالة.

وثمة أوجه متنوعة للنشاط التجارى والصناعى والفنى تنتشر بصفة خاصة فى المناطق السياحية، وتعتمد فى زيادة حجمها على ازدياد حجم حركة السياحة. ومن ذلك: تجارة النبيذ، وأعمال البنوك والتأمين، ومكاتب الإعلان، ومكاتب الاستعلامات، ومكاتب تنظيم الرحلات السياحية الداخلية، ومحلات بيع الزهور والعطور والجواهر، ومحلات التحف والتذكارات والمكتبات وغير ذلك.

تأثير صناعة السياحة على الأنشطة والصناعات المرتبطة بها



فالإنفاق السياحى الإجمالي - والذى يشمل القيمة النقدية لكافة الخدمات السياحية التى تقدم للسائحين، والمشتريات التى يشتريها السائحون داخل الدولة أو من أسواقها الحرة بالمطارات، ومنافذ الدخول والخروج، مضافا إليها دخول وسائط النقل الدولى الوطنية - يسهم مساهمة مؤثرة فى الاقتصاد القومى تختلف من دولة إلى أخرى.

وقد أظهرت بعض الدراسات الميدانية التى أجريت فى بعض الدول الأوروبية، مثل فرنسا وإيطاليا وإسبانيا وسويسرا والمملكة المتحدة، أن الإنفاق السياحى الدولى يزيد بنسبة أكبر من نسبة الزيادة فى الدخل القومى، مما يعنى أن نسبة زيادة الاستهلاك السياحى أكبر من نسبة زيادة الاستهلاك العام فى القطاعات الأخرى للدخل القومى، مما يجعل للاستهلاك السياحى قوة دافعة INDUCTIVE FUNCTION للاقتصاد القومى.

وقد أوضحت بعض الدراسات التي أعدت فى هذا المجال - مثل الدراسة التي أعدها معهد التخطيط القومي "اقتصاديات القطاع السياحي فى مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي" فى ديسمبر ١٩٩٨، والنتائج المبدئية للدراسة التى أعدها حاليا المركز المصري للدراسات الاقتصادية بناء على طلب الاتحاد المصري للغرف السياحية ووزارة السياحة ووزارة الاقتصاد والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ووزارة التخطيط "أهمية السياحة وأثرها على الاقتصاد القومي فى مصر" - أن إيرادات القطاع السياحي تتراوح ما بين ١,٦٥ إلى ٢,٦٥ مليار دولار، أى أن مساهمة القطاع السياحي يمكن أن تزيد بما يتراوح بين ١٦٥٪ إلى ٢٦٥٪ إذا ما أخذ فى الاعتبار الأثر غير المباشر.

وقد قدرت الدراسة الاقتصادية التي أعدها المركز المصـري للدراسـات الاقتصادية – فى نتائجها الأولية التـى ظـهرت مؤخـرا – الأثـر المباشـر وغير المباشر للقطاع السياحي، على النحو الوارد فى الجدول الآتي:

بيان	الأثر المباشر	المضاعف	الأثر غير المباشر	الأثر الإجمالى
الناتج المحلى الإجمالى	٤,٣%	٢,٦٤%	٨%	١١,٣%
العمالة	٥,٧%	٢,٢%	٦,٩%	١٢,٦%
الضرائب	٧,٢%	٢,٦٤%	١١,٩%	١٩,١%

ويشير الجدول السابق إلى أن الدور الذى يؤديه القطاع السياحي فـى الاقتصاد القومي يفوق العديد من التقديـرات والـتي ركـزت علـى الأثـر المباشر فقط، وأن الأثر غير المباشـر للقطـاع السـياحي يفـوق العديـد مـن القطاعات الخدمية الأخرى، بل ويفوق بعض القطاعات السلعية.

ومن ناحية أخرى، فقد أكدت بعض الدراسـات العلميـة والتطبيقيـة أن مضاعف الاستثمار فى القطاع السياحي المصري يزيد على ٢,٢ مليون دولار، أى أن إحداث استثمار بمليون دولار فـى قطـاع السـياحة يـؤدى إلى زيادة الدخل (الناتج المحلى الإجمالي) بـ ٢,٢ مليون دولار، وبالتـالي إيجاد فرص استثمارية جديدة، وتوفير وظائف تسهم فى معدلات النمـو الاقتصادي. هذا وقد أخـذ مضـاعف الاسـتثمار فـى الارتفـاع، فـى ظـل انخفاض درجة اعتماد القطاع السياحي على مدخلات من الخـارج، أى انخفاض نسبة التسرب من الاقتصاد القومي.

ومن ناحية أخرى، فإن القطـاع السـياحي يسـهم ـ بقـدر فعـال ـ في إحداث تنمية شاملة بالمناطق التى توجد فيها عوامل الجذب السياحـي، ومن الأمثلة الواضحة على ذلـك الـدور، الـذى لعبتـه فـى تنميـة مدينـة الأقصر ومنطقتي البحر الأحمر وخليج العقبة.

ثانيا : السياحة في عهد الرئيس مبارك : نظــرة ختــاميــة

لعله لن يكون من قبيـل المبالغـة التـأكيد علـى أن السـياحة في مصـر تعيش فترة ازدهار، تحققت فيها طفرات كميـة ونوعيـة غـير مسـبوقة، وأصبح نشاطها في عـهد الرئيس مبارك يمثـل صناعـة حقيقيـة متكاملـة، كما تحولت السياحـة المصرية في عهـد الرئيس مبارك إلى مفهوم السـياحة الشاملة الذي لم تكن مصر تعرفه من قبل، حيث أن التاريخ أو الحقـائق تؤكد أن مصر لم تكن تعرف ما يسمي بالسياحة الشاملة أو الحديثة قبل حرب أكتوبر، وإنما كانت تعرف فقط السياحة الثقافية. لكن بعد حرب أكتوبر وبالتحديد مع بدايـة ولايـة الرئيـس حسـني مبـارك واسـتتباب السلام والاستقرار وانطلاق جهود التنمية دخلت السياحة المصرية عصـرا جديدا تماما هو عصر صناعة السياحة الشاملة الحديثة. ومما لا شك فيه فقد ساعد على هذه النهضة السياحية تلك الشبكة الضخمـة مـن مرافـق البنيـة الأساسية، وتشـجيع القيـادة السياسـية للمبـادرات الاسـتثمارية للقطاع الخاص في مناطق نائية، لم تكن تطؤها قدم مستثمر أو سائح علي طول ساحل البحر الأحمر، حتى توسعت شمالا وجنوبا، وعلـي امتـداد خليج العقبة، وغيرها من المناطق الـتي بـدأت تـدب فيـها الحيـاة منـذ منتصف الثمانينيات، وذلـك في إطـار التوجـه العـام لمصر بإتاحـة أكـبر فرصـة ممكنـة للقطـاع الخـاص للمشـاركة في التنميـة الاقتصاديـة بصفـة عامة.هذا فضلا عن الدعم المستمر والمباشر الذي يوليـه الرئيـس شـخصيا لقطاع السياحة، وجعله يحتل أهمية وأولوية علي أجندة العمل الوطني.

ومن ناحية ثانيـة، فإنـه تجـدر الإشـارة إلى أنـه مـا كـان يمكـن أن يتحقق ذلك لولا نجاح برنامج الإصلاح الاقتصـادي، وتحويـل الاقتصـاد

المصري إلى اقتصاد السوق، وسن قوانين ضمت حزمة من الضمانات والإعفاءات والحوافز الجاذبة للاستثمارات الوطنية والأجنبية، إلي جانب ثبات سعر صرف الجنيه المصري. علاوة على ذلك فقد كان لإعطاء السياحة أولوية متقدمة في المشروعات القومية الكبرى للتنمية أثره البعيد في ترسيخ أسس هذه الصناعة، كما يحدث في سيناء وجنوب الوادي وغيرهما.

لقد وضع الرئيس مبارك التنمية السياحية ضمن أولويات العمل الوطني. وصاحب ذلك حل مشكلات مصر الاقتصادية المزمنة حيث الاختيار الصعب للرئيس مبارك بالبدء بإصلاح البنية الأساسية والتي أنفقت الدولة عليها ما يتجاوز ٢٠٠ مليار جنيه حتى الآن، وكان هذا الإصلاح دافعا مع التنمية الاقتصادية الشاملة إلي خروج ونجاح مبادرات الاستثمار السياحي الخاص في المناطق النائية.. وهنا بدأت مصر مرحلة جديدة أو عصرا جديدا من السياحة الشاملة، حيث بدأ التنوع والثراء في المنتج السياحي المصري بإضافة أنماط جديدة إلي خريطة السياحة المصرية مثل سياحة الشواطئ والرياضات البحرية وسياحة المؤتمرات وسياحة السفاري والسياحة العلاجية وغيرها.

وهكذا وبفضل هذه السياسات دخلت مصر لأول مرة عصر السياحة الشاملة والتكرارية أو عصر صناعة السياحة الحديثة، ولم تعد السياحة هي زيارة الآثار فقط التي يزورها من يحلم بزيارة مصر مرة واحدة، بينما صناعة السياحة الحديثة تستلزم تكرارية الزيارة وهذا لا يتحقق إلا باتساع حجم ونوعية السائحين مع تزايد وتنوع المنتج السياحي وهو ما فعلته مصر.

ومن ناحية ثالثة، فإنه يمكن القول أن ثمة عدة ملامح رئيسية للطفرة السياحية التي تشهدها مصر في عهد الرئيس مبارك، وترتكز على هذه الملامح استراتيجية تحرك السياحة نحو المستقبل. وتتمثل هذه الملامح في التالي:

- تطور عدد السائحين الوافدين مما يزيد قليلا علي مليون سائح في ١٩٨٢ إلي ما يقرب من ٤ ملايين سائح عام ١٩٩٧.
- تطور عدد الليالي السياحية من حوالي ٩ ملايين ليلة عام١٩٨٢ إلي اكثر من ٢٦٥ مليون ليلة في ١٩٩٧.
- تطور الدخل السياحي من ٣٠٠ مليون دولار في ١٩٨٢ إلي ٣٨ مليار دولار في عام ١٩٩٧.
- تطور الطاقة الفندقية المتاحة من حوالي ١٨ ألف غرفة إلي أكثر من ٧٧ ألف غرفة حاليا.
- زادت أعداد شركات ووكالات السياحة والسفر لتقترب من ألف شركة مقابل ٣٣١ شركة عام ١٩٨٢.
- تجاوزت أعداد المنشآت السياحية (مطاعم ـ كافيتريات ـ أماكن ترفيه) إلي اكثر من ضعف ما كان قائما عام ١٩٨٢، وقد كانت حوالي٤٢٠ منشأة في سنة الأساس في المقارنة، وحققت أعداد المرشدين السياحيين طفرة كبيرة من ٩٣٥ مرشدا في ١٩٨٢ إلى ٥٢٣٣ مرشدا حتى نهاية ١٩٩٧.

وجاءت تلك المؤشرات الكمية تؤازرها تطورات نوعية مهمة متمثلة في فكر وممارسات التنمية السياحية، والترويج والتسويق السياحي، وفي استراتيجية الجودة وعلي رأسها الاهتمام بالعنصر البشري، وبتعميق الوعي بصناعة السياحة وإشاعة ثقافة مجتمع الخدمات المنتجة.

وفي الواقع لم تتحقق تلك الإنجازات من فراغ... ولكن عززها وساعد علي ترسيخها مجموعة من العوامل المرتبطة بما شهدته مصر من تطور اقتصادي ومالي. وبما حظي به قطاع السياحة ذاته من اهتمام وبروز علي أجندة العمل الوطني.

ومـــن ذلك:

- إنفاق ما يقرب من٦٠ مليار دولار (أكثر من٢٠٠ مليار جنيه) علي مشروعات البنية الأساسية والمرافق القومية التي سهلت إتمام التنمية في المناطق النائية(سواحل البحر الأحمر ـ خليج العقبة ـ جنوب الوادي... الخ)

- برامج الإصلاح المالي والنقدي ثم التحرير الاقتصادي التي نجحت في تحويل الاقتصاد المصري إلي اقتصاد السوق بشكل تدريجي متزن يراعي الأبعاد الاجتماعية، والنجاح في تثبيت سعر صرف الجنيه المصري إزاء العملات الأجنبية، وتعزيز مبادرات القطاع الخاص.

- تطوير قوانين الاستثمار ودمجها في قانون موحد اعتبارا من عام ١٩٩٧ يضم حزمة من الضمانات والإعفاءات والحوافز الجاذبة للاستثمارات الوطنية والأجنبية.

ومن هذه المزايا والإعفاءات:

- تخصيص الأراضي اللازمة للمشروعات بسعر رمزي(دولار واحد للمتر المربع يسدد علي١٠ سنوات).
- إعفاء المشروع السياحي الجديد من الضرائب لمدة١٠ سنوات اعتبارا من تاريخ التشغيل الفعلي. وكذا إعفاء التوسعات لفترات مماثلة.

- تحصيل رسم جمركي موحد ومخفض(٥٪ فقط) علي جميع احتياجات ولوازم المشروع المستوردة من الخارج.
- حرية إعادة تصدير رأس المال والأرباح للخارج بلا قيود وفقا لقانون النقد الأجنبي الأخير.
- حرية التصرف في المشروع وعدم خضوعه للمصادرة أو التأميم.
– توفير الخبرة والمشورة الفنية والمخططات العامة بمعرفة خبراء هيئة التنمية والسياحية، ومن واقع دراسات وخبراء البيوت العالمية المتعاونة مع الهيئة.
- استصدار مجموعة مهمة من القرارات الحكومية الداعمة للنشاط السياحي منذ فبراير ١٩٩٦ بعضها يتعلق بوضع قواعد ليبرالية للطيران العارض القادم إلي مصر، وكذلك إحياء المجلس الأعلى للسياحة برئاسة رئيس مجلس الوزراء الذي اجتمع لأول مرة لمتابعة العمل السياحي وتذليل أية معوقات تعترضه، وتشكيل اللجنة الوزارية العليا للتنمية السياحية التي تشرف علي سياسة التنمية داخل وخارج كردونات المدن.

وقد أقر مجلس الوزراء عدة توصيات مهمة صدرت عن المجلس الأعلى للسياحة لتعزيز النشاط السياحي وهي:

- تقرير الاعتمادات اللازمة للانتهاء من مشروع خط مياه الكريمات/ الغردقة.
- طرح إنشاء مطار مرسي علم بمعرفة القطاع الخاص، وقد كان الفكر الاقتصادي الجديد المتضمن في ورقة وزارة السياحة في هذا الشأن بداية قوية لتعميم نظام البوت في جميع المرافق القومية الكبرى ـ كمحطات الكهرباء، والطرق والموانئ ـ مما أوجد قدرة

تمويلية إضافية من جانب القطاع الخاص لتطوير البني الأساسية وخفف من أعباء الموازنة العامة للدولة لتوجيهها إلي أولويات اجتماعية أخري كالصحة والتعليم وغيرها.

- قيام القطاع الخاص بإقامة الطرق الخادمة لمطار مرسي علم والخادمة للسياحة في الصحراء الغربية والمؤدية إلي المناطق الأثرية.
- إعادة النظر في الرسوم التي يتحملها السائح القادم إلي مصر.
- إعفاء الوفود الإعلامية وبعثات التصوير الزائرة لمصر من رسوم تصوير المناطق السياحية والمتاحف.
- إيلاء محور السياحة أولوية متقدمة في المشروعات الكبرى للتنمية، سواء بالنسبة للمشروع القومي لتنمية سيناء، أو المشروع القومي لتنمية جنوب الوادي. وتخصيص الأراضي والمناطق اللازمة للتنمية السياحية في إطار الخريطة القومية للاستثمار.
- تشجيع الدور الذي يقوم به القطاع السياحي الخاص وتنظيماته المختلفة سواء في مجال الاستثمار السياحي أو التسويق الخارجي.

في هذا الإطار أصبح من المعروف أن ثمة اقتناع يسود لدى القيادة السياسية بأهمية صناعة السياحة ودورها التنموي الفعال والمساندة والمؤازرة الدائمة التي حظيت بها هذه الصناعة منذ ولاية الرئيس مبارك عام١٩٨٢. وقد كانت لقرارات السيد رئيس الجمهورية في٢٠ يناير٢٠٠٠ ـ بشأن تعزيز الخدمات الداعمة للتنمية السياحية ـ والقرار الجمهوري رقم٨٣ لعام٢٠٠٠ بإعادة تشكيل المجلس الأعلى للسياحة ـ

عظيم الأثر في تأكيد مكانة السياحة كقطاع رائد لمسيرة التنمية المتواصلة في مصر.

ففي مجال التوسع والارتقاء لخدمات النقل الجوي، تضمنت القرارات:

- الإسراع بتوسيع وتطوير المطارات الحالية وخدماتها في المناطق السياحية الرئيسية وعلي رأسها الغردقة، القاهرة وشرم الشيخ والأقصر.
- والتعجيل بإنشاء مطارات جديدة في المناطق ذات الكثافة السياحية العالية حاليا، خاصة مطار جبل الزيت شمال الغردقة ومطار العين السخنة.
- مع السماح بالطيران الأجنبي المنتظم، وكذلك رحلات لجميع مطارات مصر السياحية(دون خصم ذلك من حصته من مطار القاهرة).
- زيادة طاقة الطيران الداخلي(السماح للطيران الوطني الخاص بتسيير الرحلات داخلية منتظمة)، وتنويع مصادر الخدمة (السماح لشركات خدمات أرضية جديدة)، وتطوير الإدارة والخدمات المقدمة في المطارات للوصول بها إلي العالمية.
- وتشجيع حركة الطيران العالمي المنتظم والعارض من جميع المناطق السياحية الرئيسية والواعدة إلي كافة مطارات الجمهورية(مع مراعاة قواعد تسيير الطيران العارض بالنسبة لمطار القاهرة).

وفي مجال تطوير خدمات النقل البري اشتملت القرارات علي:

- ربط مناطق التنمية السياحية الحالية والمستقبلية بشبكة حديثة للطرق، مع إعطاء أولوية عاجلة لطريق مرسي علم/ إدفو، وطريق القصير/ فقط، وفي المدى المتوسط: طريق السويس/ مرسي علم وطريق الدخيلة/ الفيوم، الطريق العرضي برنيس/ الفيوم.

وفي مجال تطوير السياحة النيلية اشتملت القرارات علي:

- التوسع في إنشاء المراسي الجديدة بقطاع أسوان/ الأقصر بطاقة ١٥٠ مرسي، وتطوير المراسي القائمة، وتوحيد جهات الإشراف في لجان مشتركة بالتعاون مع ممثلي جهات الرقابة علي السياحة النيلية.

وفي مجال تطوير السياحة البحرية والمارينا تضمنت القرارات:

- دراسة مستويات الرسوم ومقابل الخدمات في الموانئ المصرية لتعزيز ميزاتها التنافسية بما يكفل زيادة التدفقات السياحية والدخل السياحي.

وفي مجال الارتقاء البيئي:

أوصت القرارات بالتركيز علي النظافة والتجميل في المراكز السياحية الهامة مع أولوية خاصة لمدينة القاهرة بوصفها بوابة السياحة الدولية.

التنشيط والترويج والتسويق مفتاح الطفرة السياحية:

وعلي صعيد آخر تقوم وزارة السياحة بتنفيذ حملات ترويجية مكثفة باستخدام أحدث الوسائل والأدوات التنشيطية في الأسواق السياحية التقليدية والجديدة للتعريف بالمنتج السياحي المصري التقليدي المتمثل في سياحة الآثار، بالإضافة إلي المناطق السياحية الجديدة علي شواطئ البحر الأحمر وجنوب سيناء والصحراء الغربية، فضلا عن المنتجات

السياحية الحديثة مثل السياحة العلاجية والسياحة الدينية وسياحة السفاري والمؤتمرات والمعارض الدولية والجولف.

ومما لا شك فيه فإنه ما كان يمكن أن يتحقق هذا التقدم والازدهار في السياحة لولا النجاح الذي حققه برنامج الإصلاح الاقتصادي، وتحويل الاقتصاد المصري إلى اقتصاد السوق، وسن قوانين ضمت حزمة من الضمانات والإعفاءات والحوافز الجاذبة للاستثمارات الوطنية والأجنبية، إلي جانب ثبات سعر صرف الجنيه المصري. كما أن لإعطاء السياحة أولوية في المشروعات القومية الكبرى للتنمية أثره البعيد في ترسيخ أسس هذه الصناعة، كما يحدث في سيناء وجنوب الوادي وغيرهما.

ولعل ما حدث في خليج العقبة يعد أكبر شاهد علي ما وصلت إليه صناعة السياحة في عصر الرئيس مبارك، حيث شهدت المنطقة ازدهارا في حركة المشروعات السياحية، فقد وفرت المنطقة ١٥ ألف غرفة فندقية بتكلفة تصل إلي ١٨ مليار جنيه، بطاقة استيعابية قدرت بـ ٦٠ ألف فرصة عمل، بالإضافة إلى ٢٦ ألف غرفة سيتم إضافتها قبل نهاية عام ٢٠١٢. وفي مدينة شرم الشيخ ـ التي أصبحت شهرتها تنافس الريفيرا الفرنسية والأسبانية ـ لم يكن بها غير فندق واحد قبل تولي الرئيس مبارك، والآن وصل عدد الفنادق والقرى السياحية بها إلي أكثر من ٥٠ منشأة سياحية بها أكثر من ٨ آلاف غرفة فندقية بتكلفة استثمارية تصل إلي ٢٠ مليار جنيه وتستوعب أكثر من ١٦ ألف فرصة عمل. بالإضافة إلى ذلك، فإن مدينة رأس سدر لم يكن بها أي فندق أو منشأة سياحية، وصلت إلي ١١ قرية سياحية بها ٨٢٠ غرفة بتكلفة تصل إلي ٣ مليارات جنيه.



المراجـــــع :

١ـ ابتسام كامل إبراهيم، مستقبل الاقتصاد المصري وآفاق التنمية، في د. حنان قنديل (محرر)، مصر في عيون شبابها، (قضايا التنمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، العدد ١٩، ٢٠٠١).

٢ـ د. أحمد الجلاد، التنمية السياحية المتواصلة، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠).

٣ـ د. أحمد مدحت حسن، التشريعات السياحية وعقد الإقامة بالفندق، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٣).

٤ـ التقرير السنوي لصناعة السياحة في مصر، الاتحاد المصري للغرف السياحية، ٢٠٠١.

٥ـ السياسة السياحية العامة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة ١٩٩٦-١٩٩٧، المجلد الثالث والعشرون.

٦ـ السياحة في مصر: دراسة وتوصيات، سلسلة مصر حتى عام ٢٠٠٠، المجالس القومية المتخصصة، العدد ٢٣، ١٩٨٣.

٧ـ أضواء متألقة في الصحراء: إنجازات التنمية السياحية، مطبوعات وزارة السياحة، ٢٠٠١.

٨ـ إيهاب الدسوقي، برنامج الخصخصة في مصر: دراسة لكفاءة الأداء وآفاق المستقبل، في د. حنان قنديل (محرر)، مصر في عيون شبابها، (قضايا التنمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، العدد ١٩، ٢٠٠١).

٩ـ حجم العمالة السياحية في مصر، موسوعة المجالس القومية المتخصصة ١٩٧٤-١٩٩٨، المجلد الرابع والعشرون.

١٠ـ حسين كفافي، رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول النامية، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧).

١١ـ جريدة البيان الإماراتية ٣١ مايو ٢٠٠٢، و٥ نوفمبر ٢٠٠١، ٣ ديسمبر ٢٠٠١، ٩ مايو ١٩٩٨.

١٢ـ د. جليلة حسن حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، (الإسكندرية، مطبعة سامي، ١٩٩٤)

١٣ـ رؤية مستقبلية للسياحة المصرية، موسوعة المجالس القومية المتخصصة ١٩٧٤-٢٠٠٠، المجلد السادس والعشرون.

١٤- سامي عبد المعطي، التخطيط السياحي في مصر بين النظرية والتطبيق، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩).

١٥- د. سعاد عمران منصور، الأنماط السياحية التقليدية وأهميتها في تنشيط السياحة، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، العدد ١٣، ١٩٩٩.

١٦- د. سلوى شعراوي جمعة، (محرر)، إدارة عملية تنشيط الحركة السياحية في مصر (القاهرة، جامعة القاهرة، مركز دراسات واستشارات الإدارة العامة، إبريل ١٩٩٨) .

١٧- سلوى محمد مرسي، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٨٧.

١٨- د. صلاح الدين عبد الوهاب، السياحة المصرية في ضوء التحديات الراهنة، (وزارة السياحة، مجلة البحوث السياحية، العدد الحادي عشر، يناير ١٩٩٤).

١٩- د. غادة على حمود، ود. منى فاروق حجاج، الأجهزة والمنظمات السياحية، (القاهرة، بدون ناشر، ١٩٩٨).

٢٠- د. محمد الجوادي، البنيان الوزاري في مصر: ١٨٧٨-٢٠٠٠، الهيئة العامة المصرية للكتاب، ٢٠٠٠

٢١- د. محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر: بين إمكانات التنمية ومخاطر الهدر، (القاهرة، دار الشروق، ٢٠٠٢).

٢٢- مستقبل السياحة في مصر، تقرير مجلس الشورى ١٩٩٩.

٢٣- مصطفى زيتون، دراسة في نشاط شركات السياحة، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، العدد ١١، ١٩٩٤.

٢٤- ملف السياحة المصرية في عام ١٩٩٤: فكر جديد وإنجاز أكيد، القاهرة، وزارة السياحة، ١٩٩٥.

٢٥- عادل محمد خير، موسوعة قوانين السياحة، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤).

٢٦- عصر من السياحة: مبارك والسياحة، مطبوعات وزارة السياحة، ١٩٩٦.

٢٧- أعداد متفرقة من جريدة الأهرام خلال فترة الدراسة.

رقم الإيداع ٨٢٨٩ / ٢٠٠٣

I.S.B.N 977-227-232-6

مطابع الأهرام التجارية - قليوب - مصر



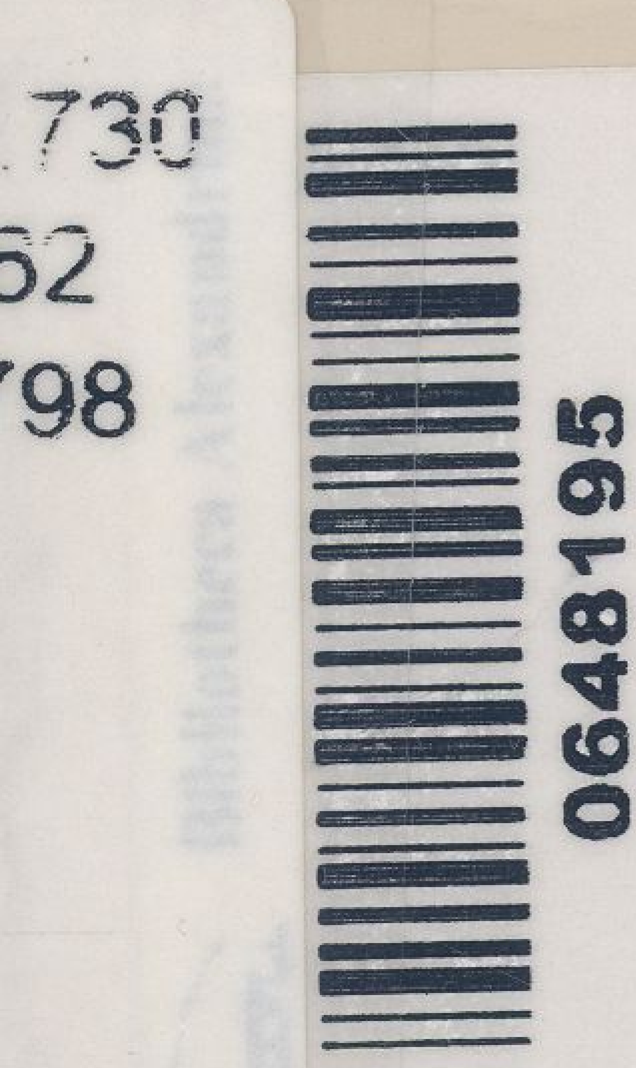
هذا الكتاب

تهدف هذه السلسلة إلى فحص التطور المؤسسى والوظيفى للوزارات المصرية

وتقوم هذه السلسلة على توضيح مركزية الوزارات فى صياغة السياسة العامة فى مصر سواء من خلال قدرتها البيروقراطية على تقديم الخدمة العامة أو الإنتاج أو اسهامها فى إفراز قيادات ونخب تتولى مناصب سياسية مختلفة يكون من شأنها التأثير على توجهات السياسة العامة أو من خلال قدرة جهازها البيروقراطى على التكيف مع استراتيجيات التحول الاقتصادى الاجتماعى فى مصر.

هذا الإطار يعبر عن اهتمام عميق من جانب مركز دراسات الأهرام بالبحث فى معضلة كيف يمكن خلق مركزية مرنة تسمح بالاستجابة لمتغيرات المجتمع المدنى والتفاعل بايجابية مع المتغيرات الخارجية وفى نفس الوقت تسمح بالقيام بوظائفها الأساسية باعتبارها بنت مجتمع يتسم بندرة الموارد وضعف الاستهلاك والفقر.

وتهدف هذه السلسلة إلى فتح حوار واسع بين قوى المجتمع من أجل اقامه إليه صحيحة لصياغة السياسات العامة فى مصر.



مطابع الأهرام التجارية - قليوب - مصر